



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL



LA COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE COVID-19 EN EL
CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE LA BANCADA
DEL FRENTE AMPLIO - 2020

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. EDGAR GENARO CHIPANA CALSIN

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

PUNO – PERÚ

2021



DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a mis padres; Isidora Calsin Perez e Ysac Chipana Machaca, quienes me brindaron su apoyo incondicional a lo largo de mi formación profesional, estando siempre pendiente de mis metas y objetivos, pese a los difíciles momentos que vivimos como familia.



AGRADECIMIENTO

A mis familiares, por su apoyo incondicional, para culminar mi carrera profesional.

A la Universidad Nacional del Altiplano Puno; en especial a la Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social por el conocimiento brindado, durante los cinco años de formación académica.

A mi asesora de tesis, Dra. Yudi Janeh Yucra Mamani, por su apoyo, orientación y sugerencias durante el desarrollo de la investigación.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

RESUMEN 9

ABSTRACT..... 10

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 13

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 15

1.2.1. Pregunta general..... 15

1.2.2. Preguntas específicas 15

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN 15

1.3.1. Hipótesis general 15

1.3.2. Hipótesis específicas 16

1.4. JUSTIFICACIÓN 16

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 17

1.5.1. Objetivo general 17

1.5.2. Objetivos específicos 17

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION 18

2.1.1. A nivel internacional 18



2.1.2.	A nivel Nacional	20
2.1.3.	A nivel local	24
2.2.	MARCO TEÓRICO	27
2.2.1.	Comunicación Organizacional	27
2.2.2.	Comunicación Interpersonal	29
2.2.3.	Comunicación Virtual	32
2.2.4.	Pandemia por covid-19	42
2.2.5.	Funciones de los congresistas	48
2.3.	MARCO CONCEPTUAL	50

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	54
3.2.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	54
3.3.	NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	55
3.4.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	55
3.5.	DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN	55
3.6.	POBLACIÓN	56
3.6.1.	Población.....	56
3.6.2.	Muestra.....	56
3.7.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	57

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LA MUESTRA.....	61
4.2.	EVALUACIÓN DE LAS CAPACIDADES COMUNICACIONALES DE LOS CONGRESISTAS DE LA MUESTRA	66



4.3. VARIABLE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.....	69
4.4. VARIABLE COMUNICACIÓN VIRTUAL.....	77
4.5. DISCUSIÓN	85
V. CONCLUSIONES.....	89
VI. RECOMENDACIONES.....	91
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	92
ANEXOS.....	98

Área: Relaciones Públicas.

Tema: La comunicación en tiempos de covid-19.

Fecha de sustentación: 10 de febrero de 2022



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	Edad de los congresistas	62
Figura 2:	Sexo de los congresistas	63
Figura 3:	Grado de instrucción de los congresistas.....	64
Figura 4:	Región a la que representan los congresistas.....	66



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Congresistas de la muestra de estudio	57
Tabla 2:	Estadístico de fiabilidad para la variable 1: Comunicación interpersonal.	59
Tabla 3:	Estadístico de fiabilidad para la variable 2: Comunicación Virtual	59
Tabla 4:	Edad de los congresistas	61
Tabla 5:	Sexo de los congresistas	63
Tabla 6:	Grado de instrucción.....	64
Tabla 7:	Región a la que representa el congresista.....	65
Tabla 8:	Capacidades comunicacionales de los congresistas	67
Tabla 9:	Valoración de alternativas del cuestionario.....	68
Tabla 10:	Niveles y puntajes para la evaluación del puntaje del segundo apartado del cuestionario.....	68
Tabla 11:	Comunicación interpersonal en los congresistas	70
Tabla 12:	Niveles y puntajes para la evaluación del puntaje del tercer apartado del cuestionario.....	71
Tabla 13:	Cuidado de los protocolos covid-19 en la comunicación	73
Tabla 14:	Utilización del barbijo o tapaboca en la comunicación interpersonal	73
Tabla 15:	Utilización de protector facial en la comunicación interpersonal	74
Tabla 16:	Distanciamiento social con los interlocutores	75
Tabla 17:	Cumplimiento de las normas de bioseguridad por parte de las personas con la que se comunica.....	76
Tabla 19:	Niveles y puntajes para la evaluación del puntaje del cuarto apartado del cuestionario.....	79
Tabla 20:	Frecuencia de la utilización de redes sociales	80
Tabla 21:	Publicación de la labor legislativa por redes sociales.....	81
Tabla 22:	Mejora de la comunicación con colegas por medio de redes sociales.....	82
Tabla 23:	Utilización de Fanpage	83
Tabla 24:	Utilización del Twitter para la comunicación.....	84
Tabla 25:	Utilización de correo electrónico para la formalidad documentaria.....	84



RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo conocer cómo es la comunicación en tiempos de covid-19 de los Congresistas de la República de la bancada del Frente Amplio (periodo complementario 2020 – 2021). Para el alcance de dicho objetivo se recurrió al enfoque metodológico cuantitativo de la investigación científica, cuyo diseño es descriptivo de tipo básico. La población de estudio estuvo constituida por ocho parlamentarios de la bancada del Frente Amplio del Congreso de la República, tomándose como muestra de tipo censal a la totalidad de los congresistas de dicha bancada. Para la recolección de la información se recurrió a la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario de preguntas. Habiendo logrado el desarrollo de la investigación y con el análisis de los resultados obtenidos, se concluye que a pesar de las incidencias y las restricciones originadas a causa de la pandemia de covid -19 en nuestro país y el mundo, la comunicación de los congresistas fue de participación activa entre parlamentarios y de estos con la población, mostrando una capacidad comunicacional satisfactoria; la comunicación interpersonal fue alta, se sustentó en la presencialidad “cara a cara”, cumpliendo los protocolos de bioseguridad; la comunicación virtual también fue alta, se consolidó el uso de las redes sociales como el *WhatsApp*, *Facebook* y *Twitter*, como medio asincrónico el correo electrónico y las plataformas *Skype*, *Zoom* y *Meeting* como medios sincrónicos para las sesiones congresales y reuniones de las comisiones legislativas.

Palabras claves: comunicación interpersonal, comunicación virtual, covid-19, Congreso de la República, Frente Amplio.



ABSTRACT

The objective of the research was to find out what communication is like in times of covid-19 of the Congressmen of the Republic of the Broad Front caucus (2020-2021 complementary period). To achieve this objective, the quantitative methodological approach of scientific research was used, whose design is descriptive of a basic type. The study population consisted of eight parliamentarians from the Broad Front caucus of the Congress of the Republic, taking all the congressmen from said caucus as a census-type sample. For the collection of information, the survey technique was used and the questionnaire of questions was used as an instrument. Having achieved the development of the research and with the analysis of the results obtained, it is concluded that despite the incidents and restrictions caused by the covid -19 pandemic in our country and the world, the communication of the congressmen was of active participation between parliamentarians and of these with the population, showing a satisfactory communication capacity; interpersonal communication was high, it was based on face-to-face presence, complying with biosafety protocols; virtual communication was also high, the use of social networks such as WhatsApp, Facebook and Twitter was consolidated, as an asynchronous means, e-mail and Skype, Zoom and Meeting platforms as synchronous means for congressional sessions and meetings of legislative commissions .

Keywords: Interpersonal communication, virtual communication, covid-19, Congress of the Republic, Broad Front.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Algunos países asiáticos como Corea del Sur lograron reducir rápidamente los contagios sin cerrar ciudades, y su éxito se atribuyó a que comunicaron bien la gestión de la pandemia con mensajes transparentes, claros y oportunos y sobre todo de índole virtual, respaldados por una buena gestión de los hechos. Es así que, en este contexto histórico que nos ha llevado en paralelo al desarrollo de la pandemia de la COVID-19 que en la actualidad contamos con una herramienta fundamental como lo son los medios virtuales, por lo que resulta fundamental reconocer la trascendencia de la comunicación, de poner a la persona en el centro, de incluirla en las conversaciones dentro y fuera de las organizaciones, así como dirigir todo su potencial hacia el logro de las metas estratégicas que nos puedan llevar a superar este momento de crisis a nivel mundial, es esa labor en la que se encuentran inmersos los congresistas de nuestro país, al ser responsables de una labor tan fundamental como lo es la legislación.

Asimismo, La comunicación es uno de los procesos que más ha contribuido con el desarrollo humano. Su estudio dentro de las organizaciones tiene más de medio siglo como disciplina y es desde sus inicios que se ha encargado de constituir el factor clave para el progreso y la mejora continua de la gestión dentro de cualquier organismo. La evolución en el estudio de la comunicación de las organizaciones ha traído como resultado una nutrida bibliografía. Sin embargo, los avances tecnológicos de los últimos 20 años han generado nuevas necesidades dentro del campo de la comunicación organizacional, las que se relacionan sobre todo con soluciones acerca de la mejor forma de establecer y afianzar el vínculo comunicativo de las entidades con sus públicos en las plataformas



digitales. Poco a poco se han generado más investigaciones académicas al respecto (sobre todo a nivel internacional), aunque todavía no se satisface la demanda de interrogantes ya que la tecnología se desarrolla a una velocidad exponencial.

La presente investigación busca aportar más conocimiento en torno al proceso comunicativo en los contextos virtuales por parte de las organizaciones más aun en el contexto de la pandemia que origina en muchas materias causales de estudio, por lo que en este caso, específicamente abordaremos la situación que se ha dado en el Congreso de la República de nuestro país, el cual al ser una organización de la importancia de la que goza, se debe profundizar en las incidencias que tienen grandes cambios contextuales como el que ha tenido lugar debido a la pandemia del nuevo coronavirus. De esta forma, se ha centrado en una bancada de parlamentarios, seleccionadas de acuerdo con criterios de estudios previos, a fin de analizar su desempeño en el campo de la comunicación interpersonal y la comunicación virtual y el auge que se ha dado durante la emergencia sanitaria, tomando como referencia indicadores en aspectos comunicacionales.

En base a estos enunciados y con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados es que la presente investigación se divide en cuatro capítulos, que ayudarán con la dilucidación de los resultados obtenidos con la aplicación de la metodología correspondiente, continuadamente se detalla el contenido de dichos capítulos:

Capítulo I: Se realiza una exposición y formulación del problema encontrado, desde un punto de vista general hasta lo específico del objetivo de la investigación, se da cabida a los objetivos del desarrollo del trabajo investigativo y se justifica la puesta en marcha de la investigación, además de ello encontramos la hipótesis general y sus derivadas junto con sus variables dependientes e independientes respectivamente.



Capítulo II: en este apartado se ponen a conocimiento los antecedentes que le dieron soporte a la investigación, bases teóricas que sustentan lo manifestado a lo largo del desarrollo de la investigación y definiciones de la terminología principal mediante el marco conceptual para lograr una mayor comprensión.

Capítulo III, Se da a conocer la metodología que sirve de guía para el desarrollo de la investigación y comprender su ejecución, asimismo se encuentran en este apartado, el diseño, tipo, alcance y descripción del ámbito de investigación, de igual forma se expone la población y la muestra que será el objetivo para la aplicación de las técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

Capítulo IV, contiene en su extensión la exposición e interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de los métodos e instrumentos de investigación correspondientes, asimismo la contrastación de hipótesis, exposición de las conclusiones a las que se arribaron, recomendaciones y sugerencias, continuamente encontramos las referencias bibliográficas a las que se recurrieron y finalmente los anexos que incluyen documentos que complementan la comprensión del estudio realizado..

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación organizacional en una entidad u organización es parte del fortalecimiento y desarrollo de esta organización, así como lo es la interacción entre los miembros que la componen, lo cual se refleja principalmente en la acción de comunicación y los consensos a los que se llega mediante esta. Esta acción de comunicación parte de la conexión y expresión clara dentro de la organización, a través de la práctica y en búsqueda de fortalecer la organización y las funciones que le son inherentes a esta, en este caso, la función legislativa de la que se encarga el Congreso de la República. Al entender la comunicación como un proceso



interpersonal e interorganizacional, puede incorporarse a las políticas institucionales y métodos de comunicación, en lugar de limitarse a la comunicación instrumental y tradicional por situaciones contextuales que inviabilicen los mecanismos clásicos de comunicación.

De acuerdo con Zayas Agüero (2011) al discutir temas de comunicación en grupos y organizaciones, es importante recordar que todas las comunicaciones se llevan a cabo en el marco de las relaciones interpersonales, es decir de persona a persona y estas comunicaciones se expresan a través de la forma en que las personas realizan las tareas y consecuentemente al desempeño que pueda tener la organización. De esta forma, se debe establecer una cultura organizacional compuesta por un conjunto de valores, creencias y entendimiento compartido por los miembros de la organización y que paralelamente está basada en la constante comunicación entre sus miembros y todos sus componentes organizacionales.

Es a ese contexto organizacional al que no está ajeno el Congreso de la República de Nuestro país, por lo que siempre ha sido materia de estudio la comprensión de sus mecanismos de comunicación, puesto que al ser uno de los poderes del Estado, y más aún, el encargado de la legislación en todo ámbito es de los organismos gubernamentales que más debe hacer hincapié en la comunicación entre sus partes, congresistas, bancadas y con los demás poderes del Estado. por otro lado, en la actualidad nos encontramos frente a una pandemia mundial originada por la covid-19 lo que ha incidido drásticamente y de forma negativa en la comunicación entre los parlamentarios del congreso lo que ha limitado dichos medios comunicativos y se ha tenido que recurrir de manera abrupta a la virtualidad y los cambios que ello conlleva, más aún en el contexto



de una pandemia por el miedo al contagio por medio del contacto que tiene lugar a razón de esta, incidencia que constituye un problema latente y que evidentemente es causal de estudio.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Pregunta general

¿Cómo es la comunicación en tiempos de covid-19 de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio?

1.2.2. Preguntas específicas

¿Cómo es la comunicación interpersonal en tiempos de covid -19 de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio?

¿Cómo es la comunicación virtual en tiempos de covid -19 de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

La comunicación en tiempos de covid -19 por parte de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio se conduce a través de la comunicación interpersonal y virtual para el cumplimiento de sus funciones.



1.3.2. Hipótesis específicas

- La comunicación interpersonal en tiempos de covid -19 por parte de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio se llevan a cabo mediante interacciones presenciales y físicas guiadas por protocolos de bioseguridad.
- La comunicación virtual en tiempos de covid -19 por parte de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio es altamente utilizada, se recurre a las redes sociales, correo electrónico, a la comunicación sincrónica y asincrónica para cumplir con sus funciones congresales.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El estudio encuentra justificación en el sentido en que origina un marco empírico para el trabajo de seguimiento o programas educativos para desarrollar una comunicación efectiva y coherente dentro de los organismos gubernamentales, y establece un antecedente de investigación basado en las condiciones reales encontradas en el campo de investigación. Asimismo, los resultados brindan soporte al Congreso de la Republica para la mejora de los mecanismos de comunicación entre sus componentes como poder del estado.

Por otro lado la investigación realizada es oportuna por la falta de estudios que brinden la información necesaria respecto a la comunicación y los medios por los que se ha llevado a cabo esta en el contexto de la pandemia entre los parlamentarios del Congreso de la República, específicamente se estudian las incidencias de este factor en la comunicación interpersonal y virtual de la bancada del Frente Amplio, misma que ha tenido que hacer frente a las implicancias del distanciamiento social, las medidas de bioseguridad y el aislamiento al que todo



el país se ha sometido a causa de la emergencia social. Por lo que constituye un factor primordial y urgente la realización de un estudio sobre la comunicación que ha tenido lugar en dicho contexto, razones sobre las que descansa la justificación de la presente investigación.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Conocer cómo es la comunicación en tiempos de covid-19 de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar cómo es la comunicación interpersonal en tiempos de covid-19 de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio.
- Precisar cómo es la comunicación virtual en tiempos de covid-19 de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

2.1.1. A nivel internacional

Torres Ponjuán et al. (2020) quienes redactaron un artículo para la revista ARCIC de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, al cual denominaron “Aproximación a la comunicación social en tiempos de covid-19” señalan que realizaron su investigación con la finalidad de determinar los rasgos que caracterizan a la comunicación social sobre covid-19 en la producción científica actual, asimismo su estudio fue descriptivo abordado desde una perspectiva mixta a fin de obtener una visión más completa del fenómeno objeto de investigación. Habiendo logrado el desarrollo de sus acciones investigativas, los autores establecen entre sus conclusiones que:

La comunicación social sobre covid-19 en la producción científica estudiada reveló que los países que presentan la mayor cantidad y variedad de fuentes de información que analizan el impacto de la covid-19 en la vinculación con la comunicación son España, Estados Unidos y Australia. Mientras que la comunicación social sobre la covid-19 se ha abordado esencialmente desde la comunicación de crisis, la comunicación de riesgos, la comunicación en salud, y el periodismo. Al examinar la presencia de las categorías temáticas, se revela una mayor fuerza de vínculos de la Comunicación social con las Ciencias de la información y las Ciencias Económicas. Tales indicios pueden reorientar los esfuerzos



interdisciplinarios que desde estos campos se realizan atendiendo fundamentalmente al tratamiento global sobre la pandemia. (párr. 24)

Marino et al. (2020) quienes también redactaron un artículo para la revista Avatares de la comunicación y la cultura denominado “Comunicación y covid-19: La pandemia a través de Twitter en Latinoamérica. Un vistazo general en 4 países”, manifiestan que tuvieron como principal objetivo el describir el uso de Twitter en los cuatro países con el mayor número de usuarios en Latinoamérica en el periodo de estudio desde 1 de enero hasta el 4 de mayo de 2020. De los resultados que obtuvieron, concluyeron que:

Las redes sociales permiten el acceso abierto a un número prácticamente infinito de contactos a través de Internet y dispositivos móviles, lo que puede ser de gran ayuda para difundir información. De hecho, la proliferación de dispositivos móviles cada vez más capaces permite la comunicación masiva instantánea desde casi cualquier fuente. Esta inmediatez puede ser beneficiosa para difundir información en una emergencia y ayudar a que los materiales educativos lleguen a una gran audiencia en muy poco tiempo, como es en el caso de Twitter. Asimismo, las organizaciones de salud nacionales y globales deberían trabajar de manera conjunta y multidisciplinaria para amplificar los esfuerzos de difusión de información verificada. Adicionalmente, sería importante entender mejor el potencial de Twitter para establecer la agenda multidisciplinaria y coordinada también en otras redes sociales, ya que existe una dificultad de hacer este tipo de análisis con Facebook o Instagram debido a que no ponen la información a disposición de



investigadores (porque la venden para uso comercial). Tampoco, se puede realizar este tipo de análisis con WhatsApp o Snapchat debido a su carácter privado.

2.1.2. A nivel Nacional

Cárdenas García (2015) en su tesis de pregrado para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social denominada “La comunicación digital mediante redes sociales de organizaciones públicas” mismo que presento a la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, señala que tuvo como principal objetivo describir la Comunicación Digital que se da en las páginas de la red social Facebook, de las entidades públicas seleccionadas, teniendo como referencia los criterios internacionales establecidos para un Gobierno electrónico óptimo. Mediante sus resultados y el análisis de los mismo, la investigadora concluyó que:

Las redes sociales se han convertido en los espacios virtuales que gran parte de la población emplea, tanto a nivel mundial como nacional. Esto hace que las organizaciones ingresen a estas plataformas para interactuar con sus públicos. La inserción de las instituciones públicas a estos entornos configura un nuevo espacio por el cual las entidades gubernamentales y los ciudadanos pueden comunicarse. Este cambio ha repercutido en la forma de concebir al Gobierno electrónico a nivel internacional, prueba de esto es que la ONU considere el uso de redes sociales por parte de entidades públicas como uno de los ámbitos para el desarrollo del Gobierno electrónico en los países. De igual forma Las organizaciones públicas estudiadas reconocen el papel cada vez más importante que tienen



las redes sociales para poder acercarse a los usuarios. En la mayoría de documentos de gestión de la comunicación queda explícito que estas organizaciones son conscientes del rol crucial que tienen estos espacios virtuales. (p. 103)

Lavandera Liria & Larrea Thomas (2020) en su tesis de pregrado para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Comunicación presentado a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima que lleva por título “Plan de comunicación interna del "Banco Corporativo Americano (BCA)" en el marco del covid-19” señalan que su investigación expone una propuesta de plan de comunicación que contempla el retorno de los trabajadores del BCA a la sede central, la modalidad de trabajo remoto que continuará aplicándose y la situación de los empleados que laboran en la red de agencias bancarias a nivel nacional. De las incidencias evaluadas los autores culminan su investigación mencionando las siguientes recomendaciones:

Primero: Priorizar la inmediatez en el proceso de comunicación, apoyados como empresa en el uso de herramientas digitales. Segundo: Consolidar procesos de prevención ante crisis de largo alcance que abarque una visión integradora en los líderes de equipo de las diferentes áreas del banco. Tercero: Consolidar una estrategia a largo alcance para el fortalecimiento de los líderes estratégicos identificados durante esta etapa. A futuro, se trabajará en su desempeño en el ámbito interno, creando conexiones con los trabajadores del BCA de forma transversal y en el externo, posicionándolos como referentes en su área de especialidad. Cuarto: Establecer a la salud y bienestar, tanto físico como mental, como uno de



los principales enfoques del BCA en los beneficios que ofrece a sus trabajadores. (p. 83)

Orozco Ayala (2020) en su trabajo de investigación para la obtención del grado de Bachiller “Estrategias de comunicación del Gobierno del Perú durante el estado de emergencia por la covid-19. Estudio de Caso: Mensaje a la Nación del presidente Martín Vizcarra emitido por el medio estatal TV Perú en el periodo marzo - abril de 2020” presentado a la Facultad de Humanidades de la Universidad San Ignacio de Loyola, señala que realizó su estudio con el propósito de analizar las estrategias de comunicación utilizadas por el Gobierno del Perú durante la pandemia desencadenada en el año 2020 a raíz de la covid-19. Del desarrollo de su investigación, el autor concluye manifestando:

que la estructura de los mensajes a la nación no fue la indicada para transmitir la información necesaria a la ciudadanía. Mediante los resultados se reflejó que la ciudadanía no captó en su totalidad todas las ideas que el gobierno trató de transmitir. El nivel de aceptación y rechazo a los mensajes a la nación emitidos por el presidente Vizcarra tuvo cambios en el tiempo. Este resultado se presentó a raíz de la variación en las categorías que engloban al mismo. Es decir, mensaje, duración, lenguaje, contenido, etc. De acuerdo a la coyuntura que se vivió en el Perú durante la pandemia del covid-19. Las estrategias de comunicación empleadas en los mensajes no sufrieron variaciones. Además, esto ocasionó que el contenido no sea entendido por la población. Toda la población estudiada estuvo interesada en darle más movimiento a la web y redes sociales de TV Perú (Facebook y Twitter), medio que transmitió los mensajes a la



nación. Sin embargo, también se pidió que existiera un incentivo a la interacción por parte de la cadena nacional de televisión. (p. 14)

Amao López & Huillca Berrocal (2021) en su tesis de grado “Análisis de las Estrategias de Comunicación Digital de las Pymes del rubro de la moda femenina de Lima Metropolitana en tiempos de Covid-19” presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú, puntualizan que su estudio se enfocó en realizar un análisis de las Estrategias de Comunicación Digital que han aplicado las pymes de moda femenina en tiempos de pandemia; comprobar si mediante las acciones de comunicación realizadas a las marcas de este rubro llegaron a fortalecer su branding; y mediante entrevistas a expertos en publicidad y marketing, consultar sobre la efectividad de las estrategias de comunicación aplicadas en tiempos de covid-19. En la parte final de su investigación los autores concluyen:

La presente investigación nos confirma que una estrategia de comunicación bien planteada por parte de las marcas analizadas (pymes de ropa femenina), sí puede llegar a construir branding, pues dentro de nuestro análisis general pudimos observar el comportamiento del consumidor frente a las estrategias digitales que estas marcas aplicaron durante pandemia en sus redes sociales, para comprobar esto utilizamos indicadores como la interacción, comentarios positivos y negativos, tipo de comentarios realizados y tipo de publicaciones. Podemos decir entonces que el contenido analizado durante la pandemia en comparación al año anterior, en cada marca obtuvo diferentes resultados. Las marcas que mostraron más preocupación por temas coyunturales como la pandemia, o mostrando contenido no solo de producto, sino también de frases



motivacionales, insights, testimoniales, coyunturales y de temas sociales obtuvieron más comentarios positivos en la marca, generando así una mejor percepción de parte del consumidor respecto a la marca. (p. 221)

Montalva Miñan (2020) redactó un artículo para la Revista Cultura de la Universidad de San Martín de Porres, mismo que lleva por título “Los desafíos de la comunicación virtual en tiempos de pandemia” en donde dice haber tenido el propósito de analizar la comunicación virtual en el contexto de pandemia, al igual que la interacción mediada por la tecnología donde se comienza a gestar una cultura virtual, del análisis realizado, la autora de la investigación manifiesta como conclusión que:

es importante reflexionar en estos tiempos de pandemia acerca de la comunicación virtual y las grandes oportunidades que ofrece en términos de eficiencia y progreso, pero también, en los complejos desafíos que acarrea. Es necesario ampliar los estudios sobre comunicación virtual, interacción virtual y cultura virtual con relación a los medios de comunicación digital (p. 75)

2.1.3. A nivel local

Inofuente Mamani & Aguilar Soncco (2021) en su tesis denominada “Comunicación organizacional en tiempos de pandemia en la gestión del Proyecto Granos Andinos Orgánicos de la Dirección Regional Agraria, Puno – 2020” la cual presento a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, señalan que el objetivo principal de su investigación fue describir la relación de la comunicación organizacional en tiempos de pandemia



con la gestión del proyecto Granos Andinos Orgánicos de la Dirección Regional Agraria de Puno. En ese afán y con el logro de sus objetivos, concluyen su estudio manifestando que:

sí existe una correlación significativa positiva moderada, entre la variable comunicación organizacional con la gestión del Proyecto Granos Andinos Orgánicos de la Dirección Regional Agraria, Puno - 2020”, asimismo, se muestra correlación de Pearson, cuyo valor es “ $r = 0.582$ ” y se determina que, la hipótesis nula se rechaza, siendo afirmativa la hipótesis alterna. Asimismo, los resultados muestran que el 44,9%, precisaron que, la comunicación organizacional se ubica en el nivel “moderado” pues, algunos si son capaces de emprender una comunicación que permita intensificar los objetivos y proyectos trazados por la entidad, de la misma forma el 44,9% respondieron que la gestión de proyecto es alta en la institución. (p. 66)

Quispe Hanco (2020) en su tesis de pregrado prestada a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano para la optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, a la cual denominó “Comunicación interna y desempeño laboral de los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de San Miguel 2019” en donde tuvo como propósito principal determinar de qué manera influye la comunicación interna formal e informal en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos de la municipalidad distrital de San Miguel. Con el desarrollo de su investigación y la obtención de sus resultados, la autora concluye de la siguiente manera:

La comunicación interna formal e informal influye de manera directa en el desempeño laboral, donde existe una regular comunicación interna que



provoca un limitado servicio laboral en los miembros de la institución. Por ello el 45,5% de los trabajadores demuestran que la comunicación interna en el desempeño laboral es deficiente dentro del entorno de la Municipalidad Distrital de San miguel. La comunicación interna formal influye en el desempeño laboral significativamente, donde se determinó una relación regular y se comprobó que el 40,9% señalan una comunicación interna formal deficiente lo que se demuestra falta de compromiso, esto presenta problemas en la circulación de información en la institución. La comunicación interna informal influye en el desempeño laboral, esto debido al constante intercambio de informaciones en la municipalidad la cual no son fiables y esto significa un proceso de desconfianza laboral de las conductas de los trabajadores de la organización. (p. 70)

Bustamante Cuti (2021) quien también realizó su tesis de pregrado para optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social “Comunicación interna y la identidad corporativa en la Municipalidad Provincial de Espinar, 2020” la cual presentó a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano, dice haber tenido el objetivo de Determinar si la comunicación interna se relaciona con la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Espinar en el periodo del año 2020. Habiendo concluido el desarrollo de su estudio, la autora señala que:

La comunicación interna se relaciona de forma significativa y moderada con la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Espinar en el 2020. La identidad corporativa que tienen los trabajadores encuestados es buena para el 44% y muy buena para el 25%



de los trabajadores encuestados lo cual permite buen desarrollo del proceso comunicacional y que las actividades sean ejecutadas normalmente, sin embargo, alrededor de la mitad de los encuestados consideran a la comunicación interna de esta municipalidad como regular. (p. 111)

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Comunicación Organizacional

De acuerdo con Garrido et al. (2020) la comunicación organización es la que convierte en un eje de investigación para analizar y resolver variables relacionadas con la interacción interpersonal dentro de la institución y de las personas al entorno (en teoría y práctica, la combinación inseparable de conceptos es una visión sistemática o integral de la comunicación). Desde la perspectiva del público en general, se considera que el nivel de comunicación relevante es la práctica y el producto de entregar información diversa en profundidad al público en general y audiencias anónimas. En este nivel se genera información con contenido simbólico para consumo masivo, es el nivel menos personalizado, es decir, la macro media.

Según los mismos autores, el objeto de este factor es el proceso de comunicación, entendido como comportamientos de interacción planificados y espontáneos, que se establecen a partir de la relación entre el flujo de información y la organización. Su propósito es establecer significado, dar sentido a la acción organizacional y difundirla; utilizar la información y el flujo de relaciones para integrar información y estrategias de relación para impulsar y promover la mejora de los conceptos organizacionales. Como disciplina, tiene las características multidisciplinarias, interdisciplina y multidimensionalidad, dentro de la organización contiene múltiples niveles, plataformas y escenarios como:



- Comunicarse interna y externamente con una amplia gama de partes interesadas en función de sus propias sensibilidades, necesidades, intereses y expectativas.
- Comunicación vertical-subida y caída-horizontal y diagonal.
- Comunicación formal e informal.
- Interpersonal e intergrupala.
- La comunicación entre masas e instituciones.
- Al comunicarse en entornos offline y online o digitales, el contexto comunicativo debe entenderse como un ecosistema que trasciende lo digital (aunque este último cobra cada vez más importancia).
- Directamente o a través de los medios.
- La comunicación, los llamados medios tradicionales de y los medios no convencionales de se integran armoniosamente sin descuidar los medios cara a cara.

Funciones de la comunicación

En cuanto a las funciones de la comunicación referenciamos el concepto postulado por Peiró (2021) quien señala que las principales funciones identificadas en el ámbito institucional son los siguientes:

- a. Función de control:** Esta función está orientada al control del comportamiento de los colaboradores de las instituciones. Del hecho de que las instituciones tengan organigramas y lineamientos formales los cuales deben ser seguidos por los trabajadores. Como caso se puede mencionar el rol de esta función al momento de presentar quejas o reclamos a su jefe inmediato, que restrinjan a la descripción de sus funciones o que cumplan con las políticas organizacionales.



- b. Función de motivación:** Esta función refiere al hecho de que la comunicación motiva a los trabajadores ya que les explica a los trabajadores lo que deben realizar, la forma en que lo deben hacer y las acciones a seguir para optimizar su rendimiento. La conceptualización sobre metas específicas, la capacidad de respuesta sobre el progreso alcanzado hacia las metas y el reforzamiento del comportamiento deseado, provocan la motivación y exigen la existencia comunicacional. Cuando se trata de una institución con muchos colaboradores, el equipo laboral se convierte en la fuente primaria de interacción social.
- c. Función de expresión:** La comunicación al interior de una organización cumple un rol de suma importancia porque permite a colaboradores expresar infortunios y emociones de satisfacción. Por lo tanto, la comunicación se vuelve en un umbral de manifestación emocional de sentimientos y deseos de logro de las necesidades sociales.
- d. Función de información:** Esta función alude al rol comunicativo al momento de facilitar la toma de decisiones debido a la transmisión de información para reconocer y evaluar las probables iniciativas, brinda la información requerida por las personas y los grupos que deciden lo que se realizará en la institución.

2.2.2. Comunicación Interpersonal

De acuerdo con lo manifestado por Zayas Agüero (2011) La comunicación interpersonal se concreta con la forma que hoy se conoce como conversación cara a cara, así también otros autores definen a esta como la interacción que tiene lugar



en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en la que pueden utilizarse los cinco sentidos con retroalimentación inmediata, o también como una forma de relación interpersonal que comprende el intercambio de información sobre la realidad. Implica la organización de la interacción entre las personas, la transmisión de experiencias y la aparición y satisfacción de necesidades espirituales. No obstante, todas las conceptualizaciones que se encuentran sobre la comunicación interpersonal comparten las siguientes características:

- interrelación entre fuente y receptor.
- las personas que intervienen son participantes activos.
- es un intercambio directo, cara a cara.
- existe un intercambio verbal y no verbal.
- diálogo entre dos o más sujetos.
- secuencia de acción y reacción. Retroalimentación.
- representan un rol socialmente reconocido, expresándose como personas.
- es un espacio para contenidos subjetivos: opiniones, sentimientos, motivaciones deseos y objetivos (conocimientos, datos).
- poco grado de reglamentación en las frecuencias, formas y contenidos de los mensajes.
- escasa mediación tecnológica o no tiene en cuenta medios técnicos.

De estas características en común se desprende que la comunicación interpersonal es una interacción social entre personas en la cual se forman, construyen, desarrollan y realizan las relaciones interpersonales.



Según Hellriegel y Slocum (2004). La comunicación interpersonal es la transmisión y recepción de pensamientos, hechos, creencias (valores), actitudes y sentimientos, mediante uno o más medios de difusión que generan una respuesta.

Elementos de la comunicación interpersonal

De acuerdo con Hellriegel y Slocum (2004) para que haya una comunicación interpersonal correcta, los pensamientos, hechos, creencias, actitudes o sentimientos que el emisor intenta transmitir tienen que ser los mismos que el destinatario comprende e interpreta. En este proceso intervienen diversos elementos que interactúan entre sí para hacer efectivo la comunicación. Los elementos básicos de la comunicación interpersonal son los siguientes:

- Emisor y destinatario; los intercambios entre personas son un elemento de la comunicación interpersonal. Por tanto, denominar a una persona como emisora y a otra como destinatario es arbitrario. Estos papeles se intercambian, según el lugar y el rol que cumple las personas durante el proceso. Cuando el destinatario responde al emisor, el destinatario original se convierte en emisor y el emisor que inició la comunicación en destinatario.
- Transmisores y receptores; los transmisores (usados por el emisor) y los receptores (usados por el destinatario) son los medios disponibles para enviar y recibir mensajes. Por lo general, participan uno o más de los sentidos: vista, oído, tacto, olfato y gusto. La transmisión puede realizarse tanto en forma verbal como no verbal. Una vez que se inicia la transmisión, el proceso de comunicación queda fuera del control directo del emisor. No es posible revertir un mensaje transmitido.



- Mensajes y canales; los mensajes incluyen los datos transmitidos y los símbolos codificados (verbales y no verbales) que otorgan significados particulares a los datos. El emisor confía en que los mensajes se interpreten tal como era su intención. Los canales son los medios por los cuales los mensajes viajan del emisor al destinatario.
- Significado y retroalimentación; el mensaje del emisor se transmite mediante canales a los cinco sentidos del destinatario. Los mensajes recibidos pasan de su forma simbólica (por ejemplo, palabras habladas) a una forma con significado. El significado representa los pensamientos, sentimientos, creencias (valores) y actitudes de una persona.

La codificación le da un significado personal a mensajes que se van a transmitir. El vocabulario y el conocimiento desempeñan un papel importante en la capacidad de codificación del emisor.

La decodificación proporciona un significado de interpretación personal a los mensajes recibidos. Mediante un lenguaje común, las personas pueden decodificar muchos mensajes en tal forma que los significados recibidos resulten razonablemente cercanos a los transmitidos. Con frecuencia la decodificación correcta de mensajes es un reto importante en las comunicaciones.

2.2.3. Comunicación Virtual

La comunicación virtual se desarrolla en un entorno digital que, a través de espacios virtuales, instaura relaciones interpersonales que van más allá de la función de transmitir datos entre emisor y receptor; se puede señalar entonces que la comunicación virtual es dinámica y se caracteriza por sincronizar y generar



reciprocidad en los mensajes. De manera que la comunicación virtual crea el escenario para tener relaciones interpersonales donde la interacción mutua es una característica básica. La comunicación virtual utiliza como medio a la conectividad de la tecnología para realizar el intercambio de información bajo parámetros: espacio, tiempo, conectividad y valor; que le dan sentido al acto comunicativo, puesto que aportan un sentido nuevo a la comunicación, en la que se establece un proceso relacional que intervienen en la comunicación. En contraste, es el proceso mediante el cual se crea, intercambia y comparte información en entornos virtuales generados por los sistemas computacionales que son producto de la fuerza intangible del advenimiento tecnológico (Montalva Miñan, 2020).

Herramientas de la comunicación virtual

Asimismo para Assardo (2020) la constante evolución de las tecnologías hace que la comunicación también se encuentre en un cambio constante. Sin embargo, podemos hablar de ciertas herramientas que son básicas en cuanto al concepto de comunicación digital:

- Sistemas de plataforma online, redes sociales y herramientas de análisis de visitas.
- Aplicaciones móviles para teléfonos y tabletas, que permiten una navegación rápida y eficaz desde cualquier lugar.
- Diferentes medios de transmisión de información, desde redes sociales hasta blogs.
- Herramientas de gestión digital de características más concretas, en función de la actividad de cada empresa o negocio.



Interactividad en la comunicación virtual

La interactividad en la comunicación virtual define el proceso comunicativo, donde se realiza una participación activa y recíproca de sus actores. La interactividad se entiende como una propiedad de los medios tecnológicos que intervienen en los procesos comunicativos. Este concepto para Escolari (2013) se entiende como:

El concepto de interactividad es una respuesta preprogramada dentro de un sistema; en ese caso el mensaje que recibimos hace referencia al inmediatamente anterior o a una serie de mensajes intercambiados antes. Hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto, pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico. En este segundo ejemplo la interactividad se desarrolla en la interfaz, que se podría definir como el lugar de la interacción. (p. 94)

Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC)

Cabe señalar que las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) han logrado que la comunicación evolucione, favoreciendo las relaciones dialógicas entre las personas, fortaleciendo la inteligencia colectiva. De esta manera, la transformación virtual permite el papel ágil entre el emisor y el receptor, que ahora pasan a ser intérpretes de un nuevo ambiente comunicativo. En esta nueva plataforma las ideas, el texto y el discurso en la red se caracterizan por ser rápidos, asincrónicos o sincrónicos y muy flexibles para el entendimiento comunicativo. y el aprendizaje colaborativo. La comunicación virtual hace que la comunicación supere las distancias y facilita el acceso a la información. Les permite a las personas conocer y vincularse entre ellas. Ahora bien, también



genera que se pierda el vínculo cara a cara, que es la base del proceso comunicativo interpersonal no virtual. Puede considerarse que esto es lo que más se extraña en tiempos de pandemia (Montalva Miñan, 2020).

Redes Sociales

Redes sociales Las redes sociales son servicios web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema articular una lista de usuarios con quienes ellos pueden compartir una conexión ver y navegar en su lista de enlaces y en aquellas hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar según el sitio (Ellison & Boyd, 2007).

las redes sociales reflejan lo que en tiempos se mostraba mediante sociogramas: una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones. El carácter de una red social puede ser muy variado, así como el motivo aglutinador: desde el sexo a la afición por los viajes, las redes sociales mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras. Lo que la Web 2.0 aporta es la capacidad de crear redes sociales uniendo a individuos lejanos físicamente y en gran número. Esto quiere decir que, frente al tradicional criterio de poder de una red social, basada en el poder de los individuos, ahora aparece otro ligado al número de individuos. La importancia del análisis de las redes sociales posiblemente sea uno de los aspectos clave en los que Internet ha cambiado los mecanismos de poder (Bartolomé, 2008).



¿Para qué sirven las redes sociales?

Como bien sabemos, existen multitud de redes sociales con diferentes funcionalidades cada una de ellas. Es importante mencionar que, aunque hay redes sociales con el objetivo de que el usuario destine su tiempo de ocio a utilizarlas, existen otras con fines laborales. Junto a esto, también hay redes sociales que persiguen organizar a sus usuarios para colaborar y ayudar en alguna causa benéfica o solidaria. En relación a esto, las redes sociales sirven principalmente para poner en contacto de forma digital a diferentes personas o instituciones. Las redes sociales permiten romper una barrera tan importante como es la geográfica, facilitando la mensajería instantánea, llamadas a través de internet o llamadas de vídeo entre personas separadas por miles de kilómetros de distancia (Peiró, 2017).

Ventajas de las redes sociales

De acuerdo con Peiró (2017) en el portal Economipedia, señalan que las ventajas de las redes sociales se componen principalmente de los siguientes aspectos:

- **Comunicación inmediata:** Las empresas pueden publicar, por ejemplo, sus contenidos de manera instantánea y ver poco después las reacciones de los usuarios.
- **Oportunidades laborales:** Las redes sociales pueden servir como trampolín para ofrecer una carta de presentación atractiva. Esto, en vista que las compañías en la actualidad suelen investigar los perfiles de los candidatos para conocer más acerca de ellos.
- **Entretenimiento:** Ofrecen información accesible a tiempo real y a la carta. Se puede elegir a quién seguir para mantenerse informado.



- **Denuncia social:** Las redes sociales sirven para sacar a la luz situaciones que en algunos medios tradicionales pueden pasar desapercibidas. Además, los usuarios se suelen unir ante estas causas, dándoles mayor visibilidad.
- **Compartir conocimientos:** Los cibernautas pueden agruparse para intercambiar información más detallada de lo que les interesa. Cuando se trata de acciones formativas o intereses comunes, esta opción es de gran ayuda.
- **Mejora la visibilidad de la marca:** La imagen es muy importante para las empresas. A través de Internet, los negocios pueden traspasar barreras y crear una marca reconocible en cualquier lugar del mundo.
- **Difusión de contenidos de la empresa:** Los contenidos son una parte esencial de la estrategia de negocio porque aumentan las visitas a la página de la firma y, por ende, también se incrementan los potenciales clientes.
- **Medir las acciones de marketing:** Se realiza una intervención, por ejemplo, una campaña de publicidad, y casi de manera inmediata se van conociendo las reacciones de los usuarios hacia esa acción.

Desventajas de las redes sociales

Con respecto a las desventajas, la misma autora señala que las principales que pueden encontrar los usuarios serían las siguientes:

- **Estafas en redes sociales:** En ciertas ocasiones puede ocurrir que se creen perfiles falsos, ofertas de trabajo que no son reales, entre otros.



- **Configuración de privacidad:** Se debe tener especial cuidado al publicar ciertos datos como la dirección de nuestra casa, si la gente se va de vacaciones o imágenes que con información privada.
- **Adicción a las redes sociales:** Este problema puede afectar especialmente a jóvenes que viven pendientes de las redes sociales. Así, dejan a un lado sus obligaciones y se limitan a pasar el tiempo de manera indefinida en las plataformas digitales.

Principales tipos de redes sociales

En la actualidad existen diferentes tipos de redes sociales, cada tipo ofrece unos servicios concretos. A continuación se mencionan las redes sociales más utilizadas de cada tipo según lo escrito por Peiró (2017):

- **Facebook:** Es la más famosa en la actualidad y supera los 2000 millones de usuarios activos al mes. En ella se pueden crear amigos y compartir contenido en forma de imágenes, vídeos o estados.
- **WhatsApp:** Mantiene en contacto a millones de usuarios repartidos por todo el mundo a través del móvil con mensajes instantáneos. La publicidad en esta plataforma está en auge.
- **YouTube:** Es la red de vídeos por excelencia. Las empresas la utilizan para introducir su publicidad, siendo también actores clave los youtubers.
- **Instagram:** Una de las redes más visuales y más utilizadas en la actualidad por los usuarios. Puede compartir imágenes, historias que sólo se pueden ver durante 24 horas y vídeos.



- **Twitter:** Está basada en el formato microblogging a través de mensajes cortos de 150 caracteres máximo. Es una red social muy utilizada para mantenerse informado o aprender acerca de ciertos temas.
- **LinkedIn:** Es una red social para intercambiar ofertas laborales y hacer conexión con contactos profesionales.
- **TikTok:** Esta red social permite compartir vídeos cortos entre los usuarios.

Redes sociales en la pandemia

Las herramientas digitales sirvieron para facilitar una nueva normalidad que sufre restricciones y exigió cambios de hábitos de raíz: los más importantes según coinciden los estudios se han dado en la educación, en el teletrabajo, en la incorporación de tecnologías a los ámbitos de la salud, en el entretenimiento y en el comercio electrónico. Al haberse cumplido un año de los primeros confinamientos de la población, a nivel mundial los informes y estadísticas de uso de las tecnologías de la información y comunicación revelan consistentemente aumentos en su uso. La actividad que antes desarrollábamos en contacto con otras personas, recorriendo distancias, cambiado de lugares físicos, ha sido volcada en internet y ahora nuestras risas circulan más como “jaja” en canales de mensajería, nuestros jefes y compañeros nos ven en videollamadas, y nuestro médico nos llama cuando pedimos cita. La popularidad de los smartphones y una mejor conectividad hicieron que gran parte de nuestro ocio se trasladara a las apps móviles. Entre las categorías con más descargas durante 2020 destacan los juegos, las de entretenimiento y las de tipo social. En el ranking de apps con los usuarios



más activos, reinan las redes sociales, con Facebook y WhatsApp a la cabeza. Entre los 10 primeros, siete lo son. Y del resto, dos de ellas son de entretenimiento: Netflix y Spotify (Gonzalo, 2021).

Comunicación digital

De esta forma, es vital recoger las definiciones de esta comunicación, a fin de poder desarrollar el estudio. En términos generales, la Comunicación Digital se remite al proceso comunicativo que se da a través de un dispositivo y por tanto, aunque toma como referencia la comunicación personal física, esta comunicación también posee características propias, las que se dan como parte de la adaptación de los usuarios a un espacio digital (Ruiz, 2018).

De igual forma para este autor, la comunicación digital, engloba todos los métodos y herramientas utilizados para transmitir e intercambiar mensajes a través de un medio digital. La transferencia de información que se realiza mediante este sistema se lleva a cabo con símbolos, tanto escritos como lingüísticos. También forman parte de este concepto los diferentes emisores y receptores de dicha comunicación, y el efecto que el mensaje produce en ellos. En definitiva, la comunicación digital es algo que está presente en todas las empresas actuales, y que es responsable, en gran parte, de su éxito. Gracias a la rapidez que permiten alcanzar los medios digitales, la comunicación tradicional se ha convertido en digital en gran medida. Se calcula que un 80% de la comunicación tradicional se ha convertido ya en digital. Además, se ha convertido en un fenómeno de estudio para muchos expertos del mundo de la comunicación. Como el portal Scolari, que ya en 2008 apuntaba que "la comunicación digital está inmersa en todos los perímetros", señalando que, dado que se lleva a cabo con el apoyo de las



tecnologías digitales, permite "el incremento de una base analógica en digital, sin descartar lo que se conoce como los medios impresos".

Importancia de la comunicación digital

Según Assardo (2020) la comunicación digital es muy importante actualmente debido a su gran eficacia. Además de tratarse de un método muy sencillo, permite transmitir y compartir mensajes de manera mucho más rápida. Por lo tanto, la comunicación digital tiene las cualidades de:

- Permite compartir información de un modo mucho más rápido y eficaz que otros métodos de comunicación tradicionales. A raíz de esto, nos permite ofrecer al público información actualizada en todo momento.
- No es un método muy costoso y, gracias a la amplia gama de recursos y herramientas disponibles, la comunicación digital está al alcance de todo el mundo.
- Permite la interacción entre los diferentes trabajadores de una empresa. Un sistema efectivo de comunicación digital puede ser diseñado de modo que los diferentes miembros de un equipo puedan utilizar dicho sistema como herramienta de comunicación interna de una empresa. Por otro lado, también puede permitir el intercambio de información entre empresa y cliente.
- Los diferentes sistemas de comunicación digital, así como las redes sociales, permiten muchas posibilidades en cuanto a formas de transmitir la información. El texto, las imágenes, los vídeos, las animaciones, los audios... son algunas de las técnicas más utilizadas por la gran mayoría de empresas.



2.2.4. Pandemia por covid-19

A finales del año 2019 en el mes de diciembre se registró un nuevo brote, en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei, China, de casos de una neumonía de consecuencias críticas, según los primeros resultados de las investigaciones realizadas en ese entonces en el aspecto epidemiológico, expusieron que la enfermedad se expandía mediante contagios de forma muy acelerada, además de ello se conoció que el comportamiento del virus que provocaba la enfermedad era sumamente agresivo, sobre todo en los adultos y adultos mayores del grupo etario de entre 30 y 80 años, para ese entonces la letalidad de la enfermedad representaba un 2.3% de los casos registrados. Según los estudios que buscaban el origen de la enfermedad se detectó que los primeros casos correspondían en su mayoría a individuos que laboraban o frecuentaban constantemente un mercado de comidas y productos marinos (Huanan Seafood Wholesale Market), además de distribuir productos marinos en el mercado también se comercializaban otros tipos de carnes de origen silvestre de diversas especies de origen asiático, los que de forma tradicional son consumidos por los locales de tal provincia de ese país. Los estudios de origen y causalidad de la investigación dirigidos al estudio de los agentes comunes presentes en la enfermedad y la infección respiratoria aguda que presentaba, incluyendo componentes de la gripe aviar, síndrome respiratorio agudo severo, lo que comúnmente es conocido como SARS por sus siglas en inglés (Severe Acute Respiratory Syndrome) y también del síndrome respiratorio de oriente medio – MERS por sus siglas en inglés (Middle East Respiratory Syndrome) arrojaron resultados negativos generando incertidumbre por no tener registros conocidos del nuevo virus. A raíz de ello se utilizaron métodos de secuenciación profunda, los que fueron realizados sin requerir información previa



o antecedentes del agente viral que se investiga, así como la metodología del aislamiento en cultivo de células, apoyado en microscopía electrónica, se pudo demostrar que se trataba de un agente viral sin registros, es decir nuevo en cuanto a su composición, si bien pertenecía a un subgrupo de síndromes respiratorios el agente viral no gozaba de antecedentes de presencia en épocas pasadas, este virus pertenecía al grupo de los coronavirus, por lo que inicialmente fue nombrado 2019-nCoV (novel coronavirus de 2019), genéticamente está relacionado a los agentes SARS 1, 3 y 4; pero es diferente en varios aspectos de su composición (Díaz Castrillón & Toro Montoya, 2020).

La actual pandemia de Covid-19, es generada por una mutación del coronavirus el cual fue nombrado SARS-CoV-2, esta cepa mutada ha generado en el siglo actual una severa crisis económica, social y sobre todo una crisis en la salud y el sistema sanitario de los países de todo el mundo sin precedentes, como se señaló anteriormente, esta pandemia viral tuvo su origen en China a finales del 2019 en donde se tuvo un reporte de 27 casos de una neumonía etiológicamente desconocida hasta ese entonces, siete de estos primeros casos se encontraban en situación crítica. Un primer caso se dio a conocer el 8 de diciembre de 2019, después, el 7 de enero de 2020 en ministerio a cargo de la sanidad de China identifica un nuevo tipo de coronavirus (nCoV) como posible etiología para el nuevo virus, continuamente, para la fecha 24 de enero del mismo año ya se tenía registro de 835 casos del nuevo coronavirus y con el transcurso de las semanas se extendió a otras regiones del país Asiático, el 13 de enero ya se registraban casos en Tailandia, el día 19 del mismo mes en Corea del Sur, después de eso ya se reportaban casos en distintos lugares del mundo, ya encontrándose en ese escenario, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declara a la enfermedad



causada por el nuevo coronavirus, en marzo del 2020, como una pandemia mundial. Para ese entonces en el país potencia de Asia donde se tuvo el origen del virus, aún no se conoce la proveniencia de tal virus, aunque ya se le atribuía al pangolín, mamífero exótico usado como alimento en la región de origen del virus (Maguiña et al., 2020).

Habiéndose identificado al agente etiológico del virus como un nuevo coronavirus, se le asigna el nombre de SARS-CoV-2, y la enfermedad que es producida por esta fue denominada covid-19, los estudios sugieren el origen de este nuevo virus en un principal vector que sería de origen animal, es decir, de origen zoonótico, atribuyéndosele a la especie de los murciélagos la transmisión vectorial como tal. Teniendo un acelerado número de contagios y muertes a causa del virus primero en el país de origen, China y posteriormente en todo el mundo, la patología respiratoria de este virus paso rápidamente de ser un brote aislado en la provincia de Hubei a convertirse en una emergencia sanitaria a nivel mundial y de incidencia internacional, lo que nos conllevó posteriormente a la primera pandemia de tales magnitudes del siglo (Mojica & Morales, 2020).

Al respecto del nuevo coronavirus Castro (2020) expresa que a día de hoy nos encontramos viviendo una crisis de grandes proporciones, debido a que en promedio el mundo y todas sus naciones cada cien años se encuentran ante un desafío sanitario de grande proporciones, el cual pone a prueba hasta niveles extremos las estructuras sanitarias, sociales y productivas/investigativas de todos los países, no obstante el desarrollo tecnológico alcanzado y el avance de las ciencias biomédicas hasta el siglo actual, podrían contribuir con enfrentar la pandemia de forma más exitosa, pudiendo salir mejor librados como especie, en comparación con otras pandemias vividas a lo largo de nuestra historia.



COVID-19 en el Perú

De acuerdo con Delgado Pugley (2020) el Perú y su gobierno fueron uno de los primeros países en decretar el estado de emergencia, poner en cuarentena a su población, cerrar fronteras y tomar acciones para poder controlar la inminente expansión del nuevo virus (SARS-CoV-2), estas medidas fueron aplicadas en su totalidad el 15 de marzo del 2020, las actividades económicas a nivel nacional se paralizaron permitiéndose solo aquellas que fueran esenciales como los servicios básicos o el traslado de alimentos. Las evidentes debilidades y la falta de capacidad del sistema de salud del país fueron las principales razones por las que el gobierno interino del presidente Martin Alberto Vizcarra Cornejo tomo acciones tempranas de por la emergencia que se avecinaba. Si bien estas acciones puestas en marcha sirvieron para comprar tiempo valioso en el cual se pudo hacer coordinaciones e implementar el sistema de salud en la medida de lo posible, para impedir un aumento radical de los contagiados por el virus, el número de casos no pudo ser contenido y por ende no se pudo atender a gran porcentaje de la población con sintomatología del virus, lo que conllevó, en los peores casos, al colapso del sistema de salud en varios puntos del país. Toda acción de carácter estatal frente a la pandemia se realizó en base a la capacidad del sistema gubernamental del país y la estructura social, siendo este un factor principal para la propagación de casos de coronavirus, en ese sentido la sociedad peruana puso a exposición una marcada desigualdad profunda y multidimensional, esta iba desde el patrimonio de unos pequeños grupos sociales, hasta la deficiencia de provisión de infraestructura y servicios de carácter público para todos los ciudadanos a lo largo del territorio nacional, esto considerando que el 30% de la población total del país se concentra en la capital Lima.



Por otro lado el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021) las medidas que tomo el gobierno peruano en marzo del 2020 incluían la paralización de actividades académicas en centro educativos de nivel primario, secundario y superior, también optaron por el cierre de fronteras y una primera cuarentena por 15 días calendario, a lo que posteriormente se le agregarían 13 días más y así continuamente hasta llegar al presente año con cuarentenas reguladas por zonas y horarios según al nivel de contagios de cada región, todo ello con la finalidad de disminuir el contagio de personas y la expansión del COVID-19 y así poder asegurar el funcionamiento continuo de los sistemas de salud del país. Según este organismo a la actualidad las acciones tomadas por el gobierno peruano representan la mayor inversión frente a la crisis de la pandemia a nivel de América Latina y el Caribe, el cual se agrupo en tres principales ejes:

- **Salud pública:** Bajo la dirección del Ministerio de Salud se buscó mejorar e incrementar la capacidad de atención y respuesta de todo es sistema de salud a nivel de toda la nación, esto mediante la integración des sistema de salud privada de EsSalud, el sistema de sanidad de las Fuerzas Armadas y las clínicas privadas, lo cual permitió multiplicar a niveles exponenciales la disponibilidad de camas UCI, contar con más equipamiento como los respiradores artificiales y disponer de mayor personal capacitado el cual conformo la primera línea de atención ante la emergencia sanitaria. Además de ello como parte de las estrategias del sistema de salud, se han realizado coordinaciones con los tres niveles de gobierno para lograr una respuesta descentralizada ante el COVID-19 a lo largo y ancho de todo el país, a raíz de ello en lima se lograron habilitar dos torres de la villa panamericana para albergar y atender a personas contagiadas, la cual inicialmente tenía capacidad



para 900 personas que no requerían atención de urgencia, así mismo también se implementó el hospital de Ate, al cual se le implemento 50 camas UCI para recibir a los casos más delicados, esta medida fue replicada paulatinamente lográndose un “Hospital COVID-19” por cada región con los laboratorios implantados y personal capacitado para el procesamiento de pruebas y finalmente centros de salud COVID en provincias con alto nivel poblacional.

- **Protección de afectados:** Habiéndose declarado guardar cuarentena nacional, el gobierno tomo diversas medidas para aminorar el impacto de la pandemia sobre la población más afectada por la crisis, como aquellos que se encuentran en situación de pobreza y extrema pobreza, como también las personas que no tenían vínculo laboral con ninguna empresa o institución pública, es decir los trabajadores independientes, habiéndose habilitado y dispuesto del retiro de ciertos montos de dinero de los fondos de su compensación por tiempo de servicios (CTS) y sus fondos de pensiones (AFP, ONP, etc.), además de ello por disposición gubernamental también hizo la entrega de bonos a las poblaciones vulnerables en situación de pobreza a nivel nacional, para dar solvencia y poder adquirir los bienes de necesidad básica por parte de estos, estos bonos tuvieron diversas denominaciones y se entregaron en diferentes armadas buscando cumplir con los protocolos sanitarios vigentes. De igual forma los gobiernos locales de todo el país recibieron inyecciones de fondos directos para adquirir, organizar y repartir canastas con víveres y productos básicos para las familias en condición de pobreza y otros fondos adicionales para tomar medidas en relación a la pandemia a nivel de sus jurisdicciones respectivamente.



- **Reactivación económica:** En este aspecto se tomaron medidas en cuanto a la política fiscal del país, realizándose disminuciones en los impuestos pagados por las empresas a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, se implementó también el programa “Reactiva Perú” el cual se enfocó en préstamos para otorgar liquidez a las empresas por un total de 30 billones para que estas puedan hacer efectivos los pagos a trabajadores y proveedores. Se otorgó subsidios a las empresas de un 35% de las planillas para empleados con percepciones menores a 1500 soles. De igual forma se puso en marcha el programa “Trabaja Perú” habiéndose otorgado presupuestos a los distintos niveles de gobierno para implementar de forma inmediata proyectos que generen puestos de trabajo para ciudadanos en condiciones de pobreza y pobreza extrema.

2.2.5. Funciones de los congresistas

El Congreso de la República es la institución en la que están representados todos los peruanos. Los ciudadanos de los 27 distritos electorales a nivel nacional eligen a sus congresistas, que en total suman 130. Los congresistas reunidos, en sesión del Pleno, toman las decisiones más importantes para el país, teniendo como funciones principales; representar, legislar, fiscalizar y el control político. Por eso se afirma que el Congreso es el “centro del debate nacional” (Congreso de la República, 2005).

Según un artículo publicado por Vega Córdova (2021) para el Diario Gestión se entiende como primera e histórica responsabilidad del Congreso de la República “la creación de la ley”, sin embargo, la Constitución Política del Perú, que prevé varios caminos para la formulación y promulgación de las leyes, en su



artículo 102 (Título IV – Capítulo I) en donde establece para dicho poder del estado las siguientes atribuciones:

- Dar leyes y resoluciones legislativas, así como interpretar, modificar o derogar las existentes.
- Velar por el respeto de la Constitución y de las leyes, y disponer lo conveniente para hacer efectiva la responsabilidad de los infractores.
- Aprobar los tratados, de conformidad con la Constitución.
- Aprobar el Presupuesto y la Cuenta General.
- Autorizar empréstitos, conforme a la Constitución.
- Ejercer el derecho de amnistía.
- Aprobar la demarcación territorial que proponga el Poder Ejecutivo.
- Prestar consentimiento para el ingreso de tropas extranjeras en el territorio de la República, siempre que no afecte, en forma alguna, la soberanía nacional.
- Autorizar al presidente de la República para salir del país.
- Ejercer las demás atribuciones que le señala la Constitución y las que son propias de la función legislativa.

En síntesis, el Congreso se encarga de legislar, representar a la Nación y ejercer el control político del Estado. Sobre este último punto, el Congreso ejerce la función de control parlamentario sobre los actos de gobierno y de la administración pública en general (Congreso de la República, 1998).

Pleno del congreso

El Pleno es la máxima asamblea deliberativa del Congreso. Lo integran todos los Congresistas incorporados y funciona de acuerdo con las reglas de



quórum y procedimiento que establecen la Constitución y el presente Reglamento. En él se debaten y se votan todos los asuntos y se realizan los actos que prevén las normas constitucionales, legales y reglamentarias (Reglamento del Congreso de la República, 2021).

Junta de Portavoces

La Junta de Portavoces está compuesta por la Mesa Directiva y por un Portavoz por cada Grupo Parlamentario, quien tiene un voto proporcional al número de miembros que componen su bancada (Reglamento del Congreso de la República, 2021).

Semana de representación

Consiste en cinco días hábiles por mes que son agendados por el periodo de un año al inicio de cada legislatura anual en julio. Durante estos días, la actividad en la sede del Congreso disminuye porque cada legislador, supuestamente, tiene que viajar a su región de origen para relacionarse con los ciudadanos que representa (El Comercio, 2019).

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Comunicación

La comunicación es el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla. En este proceso intervienen un emisor y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto. La comunicación es vital para que exista un buen entendimiento entre las personas. Es un proceso en el cual se intercambian opiniones, datos o información sobre un tema determinado (Peiró, 2021).



Un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto (Pérez Porto & Gardey, 2021).

Comunicación interpersonal

Llamamos comunicación interpersonal a aquella relación por la que dos personas se comunican, es decir, cuando el perceptor, ante nuestra comunicación, nos devuelve la suya (Silva, et al., 2008, p. 30).

Las comunicaciones interpersonales es el fenómeno transaccional en que se influyen o afectan recíproca o mutuamente los miembros integrantes (Fernández, 1990, p. 14).

Comunicación virtual

Se denomina comunicación virtual a aquella comunidad cuyos vínculos, interacciones y relaciones tienen lugar no en un espacio físico sino en un espacio virtual como Internet. Hoy en día, las comunidades virtuales son una herramienta muy útil desde un punto de vista empresarial, ya que permiten a las organizaciones mejorar su dinámica de trabajo interno, las relaciones con sus clientes o incrementar su eficiencia procedimental. En cuanto a su función social, las comunidades virtuales se han convertido en un lugar en el que el individuo puede desarrollarse y relacionarse con los demás, actuando, así como un instrumento de socialización y de esparcimiento (Rodríguez, 2020).



Pandemia

De acuerdo con Howard (2020) de CNN es español La palabra "pandemia" viene del griego "pandemos", que significa todos. Demos significa la población. Pan significa todos. Por lo tanto, "pandemos" es un concepto en el que existe la creencia de que la población del mundo entero probablemente estará expuesta a esta infección y potencialmente una proporción de ellos se enfermaría.

Según Avila de Tomás (2020) “una pandemia es la afectación de una enfermedad infecciosa de los humanos a lo largo de un área geográficamente extensa, es decir, que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región” (párr. 2).

Covid-19

La Organización Mundial de la Salud (2021) define al covid-19 como:

La enfermedad por coronavirus (Covid-19) es una enfermedad infecciosa causada por un coronavirus descubierto recientemente. La mayoría de las personas infectadas por el virus de la covid-19 presentan cuadros respiratorios de leves a moderados y se recuperan sin tratamiento especial. Las personas mayores y las que padecen afecciones médicas subyacentes, como enfermedades cardiovasculares, diabetes, enfermedades respiratorias crónicas o cáncer, tienen más probabilidades de presentar un cuadro grave. (párr. 1-2)

Los coronavirus son una extensa cantidad de virus de distintas características que son comunes en animales pero pueden llegar a ser transmitidos a los humanos mediante el proceso conocido como zoonosis y estos pueden ser causa de diversas enfermedades humanas que van desde un resfriado normal,



hasta el SARS-CoV-2 (Síndrome respiratorio agudo severo) y es en este virus en donde se origina el COVID-19, esta enfermedad es causada por uno de estos coronavirus y toma este nombre debido a las espículas en forma de corona que sobresalen de su superficie, este virus está envuelto en una burbuja de moléculas de lípidos oleosas (Vera Carrasco, 2020).

Grupo parlamentario o bancada

Los grupos parlamentarios son conjuntos de Congresistas que comparten ideas o intereses comunes o afines, considerando que los partidos o alianzas de partidos que logren representación al Congreso de la República constituyen Grupo Parlamentario siempre que cuenten con un número mínimo de cinco Congresistas (Reglamento del Congreso de la República, 2021).

Frente Amplio

El Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad, o simplemente Frente Amplio, es una coalición política de partidos, organizaciones políticas, movimientos sociales y ciudadanos activistas del Perú cuyo principal objetivo es consolidar a los distintos sectores de izquierda, progresistas, socialistas y ecologistas (Frente Amplio Perú, 2018).



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se llevó a cabo bajo la aplicación del enfoque cuantitativo de la investigación científica, puesto que se busca resultados mediante la aplicación de conceptos generales en el caso específico estudiado, mismo en el que se ha pretendido explicar y describir los resultados del estudio de un fenómeno en un determinado lugar y tiempo.

Asimismo, la investigación realizada encaja en los paradigmas del enfoque cuantitativo porque de acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014) Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurado (el proceso) y se debe tener presente que las decisiones críticas se efectúan antes de recolectar los datos. En una investigación cuantitativa se pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a una colectividad mayor (universo o población). También se busca que los estudios efectuados puedan replicarse.

3.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Las acciones puestas en marcha en la presente investigación, según lo postulado por López Roldán & Fachelli (2015) se dan de acuerdo con el método hipotético deductivo de la investigación, pues esta metodología se propone conseguir contribuciones al conocimiento científico a raíz de conceptos y teorías iniciales (hipótesis iniciales), asimismo realiza la aplicación de procedimientos objetivos y racionales para finalmente, mediante estos procedimientos, poder



comprobar o corroborar las hipótesis propuestas, todo ello en base a la contrastación con la experiencia.

3.3. NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Corresponde a un nivel básico-descriptivo, básico debido a que durante su desarrollo no se ha interferido con la realidad encontrada. Asimismo, es la presente investigación es meramente descriptiva ya que mide datos sobre las variables relacionadas a la forma de comunicación que ha tenido lugar entre los miembros de la población evaluada (Baena Paz, 2017).

3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En cuanto al diseño de este trabajo de tesis, este es el no experimental transversal, diseño que de acuerdo con lo establecido por Carrasco Díaz (2005) “tiene la particularidad de permitir al investigador, analizar y estudiar la relación de hechos y fenómenos de la realidad (variables) para conocer su nivel de influencia o ausencia de ellas” (p. 73). Es en este diseño de investigación en el que se encuentra la concepción y los procedimientos desarrollados en este trabajo de investigación para el logro de sus propósitos.

3.5. DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio se llevó a cabo en el ámbito del Congreso de la República de nuestro país, cuya sede principal es el Palacio Legislativo del Perú, ubicado en el centro histórico de Lima, a escasas cuadras de la Casa de Pizarro, lugar en el cual se desarrolló la investigación, durante el periodo del año 2020 en el cual se tuvo parlamentarios para el periodo complementario 2020 - 2021 después de la disolución del congreso por parte del presidente Martin Vizcarra Cornejo.



Además de ello la presente investigación tiene lugar en el contexto de la pandemia por covid-19 que aún se vive en todo el mundo y que imposibilita el normal desarrollo de las actividades políticas en el congreso y en toda la nación en general, es por ello que habiéndonos posibilitado el acceso a la información para poder realizar de manera adecuada el estudio que se ha propuesto, se tomó como ámbito el señalado.

3.6. POBLACIÓN

3.6.1. Población

La población de estudio está conformada por el total de congresistas de la bancada del Frente Amplio del Congreso de la República, quienes fueron elegidos para el periodo complementario 2020 – 2021.

3.6.2. Muestra

La muestra será de tipo censal, la cual según Soto Abanto (2018) es el tipo de muestra en la cual se considera a todos los miembros de la población estudiada como si se tratase de la misma muestra. En base a ello la muestra de la presente investigación se conforma de los ocho (8) parlamentarios pertenecientes a la bancada del frente amplio del Congreso de la República, quienes se sometieron de forma voluntaria a la aplicación de los instrumentos diseñados para la obtención de la información. Dichos congresistas se conocen a continuación:



Tabla 1:

Congresistas de la muestra de estudio

Nº	Congresista	Representa a:
1	Ancalle Gutiérrez José Luis	Arequipa
2	Bazán Villanueva Lenin Fernando	La Libertad
3	Checco Chauca Lenin Abraham	Apurímac
4	Fernández Chacón Carlos Enrique	Lima + residentes en el extranjero
5	Montoya Guivin Absalón	Amazonas
6	Quispe Apaza Yvan	Puno
7	Silva Santisteban Manrique Rocío Yolanda A.	Lima + residentes en el extranjero
8	Vásquez Chuquilin Mirtha Esther	Cajamarca

Fuente: Elaboración propia

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Técnica

Debido a la metodología aplicada a la investigación y por la versatilidad y objetividad de la que goza, la técnica empleada para la presente investigación es la encuesta, la cual según Baena Paz (2017) “es la aplicación de un cuestionario a un grupo representativo del universo al que estamos estudiando” (p. 82).

Instrumento

El instrumento utilizado para el desarrollo de la investigación es el cuestionario de preguntas cerradas a las cuales Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018) definen como cuestionarios que se basan en preguntas que contienen opciones o categorías de respuesta que han sido establecidas



previamente; es decir se presentan posibilidades de respuestas que concuerden con la opinión del participante, los que deben aunarse a alguna de estas. Asimismo, estas preguntas pueden ser dicotómicas (dos posibilidades de respuesta) o contener varias opciones de respuestas. Este tipo de cuestionario reflejará la concepción y perspectiva de los clientes de la empresa estudiada y será de utilidad para la exposición de resultados de la investigación.

Así mismo, el instrumento se compone de cuatro apartados, la primera con cuatro (4) preguntas enfocadas en las características sociodemográficas de la muestra. La segunda parte con ocho (8) preguntas relacionadas a la forma de comunicación que es ejercida por los congresistas. La tercera parte con catorce (14) interrogantes orientadas a la comunicación interpersonal de los congresistas y finalmente, en la cuarta parte se tienen diecinueve (19) interrogantes referidas a la comunicación virtual de los congresistas en su labor como parlamentarios.

Confiabilidad del instrumento

En la presente investigación, se ha determinado la confiabilidad del instrumento empleado mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, mediante el cual se mide la fiabilidad y homogeneidad de las interrogantes (ítems). Este coeficiente resulta en valores que van de 0 a 1 en donde 0 es confiabilidad nula y 1 corresponde al nivel máximo de confiabilidad, de acuerdo con Valderrama (2015) la forma de interpretar el coeficiente señalado es la siguiente:

- Coeficiente alfa >0.9 es excelente
- Coeficiente alfa >0.8 es bueno
- Coeficiente alfa >0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa >0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa >0.5 es pobre

- Coeficiente alfa <0.5 es inaceptable

Se estimó la confiabilidad por la consistencia interna de Cronbach, mediante el software SPSS v. 21, el cual analiza y determina el resultado con exactitud, de donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 2:

Estadístico de fiabilidad para la variable 1: Comunicación interpersonal

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,747	13

Fuente: realización propia mediante el software SPSS v.21

El estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach señala un valor de 0.747 para un total de 13 Ítems o elementos formulados, contrastando con la escala de valoración se obtiene que el coeficiente alfa >0.7 , por lo cual se considera que “es aceptable” el instrumento y presenta fiabilidad para ser utilizado en la presente investigación.

Tabla 3:

Estadístico de fiabilidad para la variable 2: Comunicación virtual

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	18

Fuente: realización propia mediante el software SPSS v.21

El estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach, señala un valor de 0.800 para un total de 18 Ítems o elementos formulados para la segunda variable de la



investigación, contrastando con la escala de valoración se obtiene que el coeficiente alfa >0.8 , por lo cual se considera que “es bueno” el instrumento y presenta fiabilidad para ser utilizado en la presente investigación.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Habiendo realizado la aplicación de los instrumentos correspondientes, en este capítulo se presenta la exposición, análisis e interpretación de los resultados en función de los objetivos y producto de la participación voluntaria de los congresistas que integran la muestra, de igual forma se hará la discusión de los resultados alcanzados, así como la contrastación de la hipótesis respectiva.

4.1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LA MUESTRA

De acuerdo con lo manifestado por los parlamentarios del Congreso de la República de la bancada del Frente Amplio, durante el período complementario 2020 – 2021 correspondiente a la investigación, las características sociodemográficas de estos son las siguientes:

Tabla 4:

Edad de los congresistas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
35-40	3	37,5	37,5	37,5
40-45	2	25,0	25,0	62,5
45-50	1	12,5	12,5	75,0
55-60	1	12,5	12,5	87,5
75-80	1	12,5	12,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

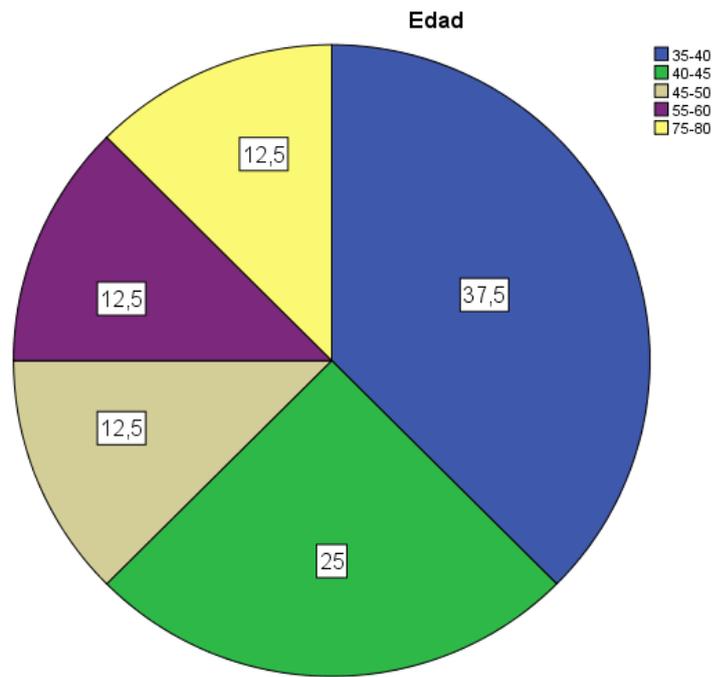


Figura 1: Edad de los congresistas

Fuente: Tabla 4

Interpretación: en la Tabla 4 y Figura 1 se observa que el 37.5% de los congresistas de la muestra tienen entre 35-40 años, el 25.0% tienen entre 40-45 años, el 12.5% entre 45-50, otro 12.5% entre 55-60, otro 12.5% entre 75-60 años de edad.

De este resultado se obtiene que la mayoría de los congresistas de la muestra tienen entre 35 y 40 años de edad respectivamente, siendo una población adulta joven, siendo menos vulnerables contra la covid – 19, permitiéndoles reunir con sus colegas parlamentarios y la población en las semanas de representación.

Tabla 5:

Sexo de los congresistas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	6	75,0	75,0	75,0
Válidos Femenino	2	25,0	25,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

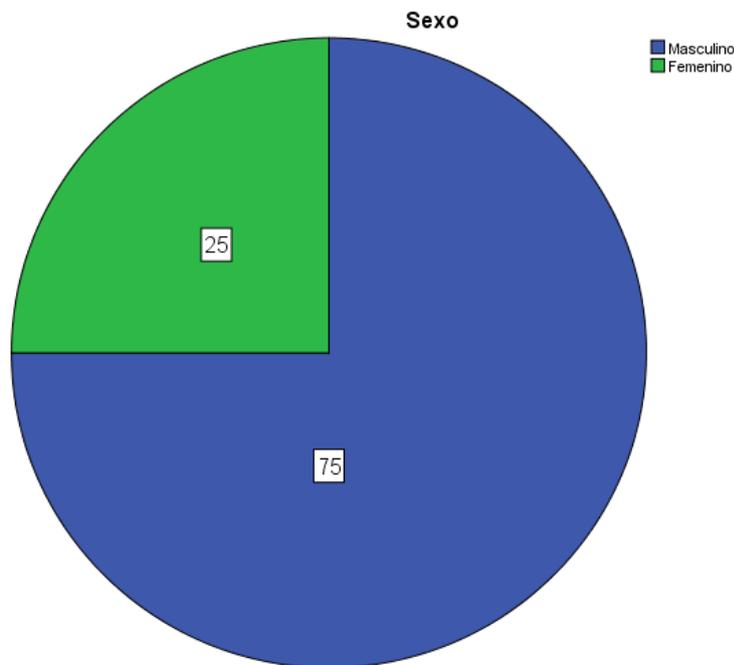


Figura 2: Sexo de los congresistas

Fuente: Tabla 5

Interpretación: De la Tabla 5 y Figura 2 se ha obtenido como resultado, que el mayor porcentaje de los congresistas de la muestra son de sexo masculino, siendo común la poca participación de mujeres, así como en el resto de bancadas del congreso. No obstante, a que los congresistas para el periodo 220-2021, se han

regido a la ley de paridad y alternancia, la composición de la bancada fue prioritariamente masculina, lo propio se replica en el Congreso.

Tabla 6:

grado de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Secundaria	1	12,5	12,5	12,5
	Superior	7	87,5	87,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

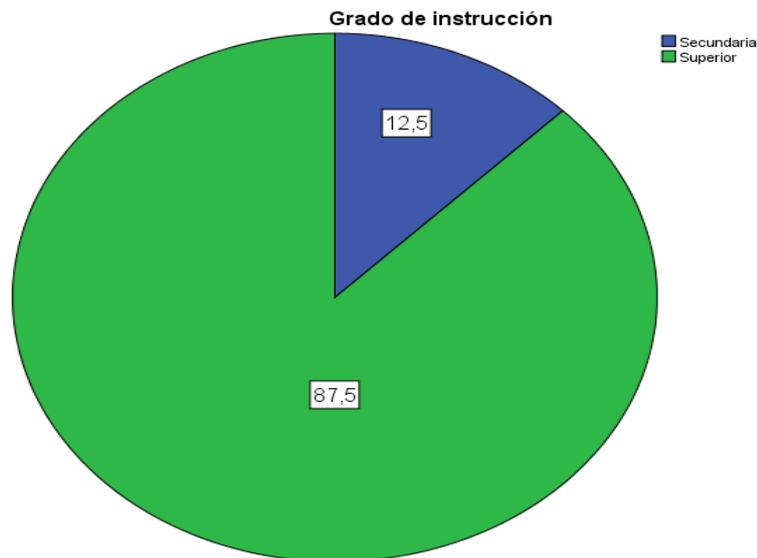


Figura 3: Grado de instrucción de los congresistas

Fuente: Tabla 6

Interpretación: La Tabla 6 y figura 3 muestran el grado de instrucción que poseen los congresistas de la muestra de investigación, de lo que se ha

obtenido que un 12.5% de los congresistas tiene solamente secundaria y el porcentaje más representativo de un total de 87.5% de la muestra tiene nivel superior de educación. Permitiendo un mejor desempeño en sus funciones como parlamentario, llegando a promover proyectos de ley que durante años fueron relegados.

Tabla 7:

Región a la que representa el congresista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Lima	2	25,0	25,0	25,0
Apurímac	1	12,5	12,5	37,5
La Libertad	1	12,5	12,5	50,0
Válidos Amazonas	1	12,5	12,5	62,5
Cajamarca	1	12,5	12,5	75,0
Arequipa	1	12,5	12,5	87,5
Puno	1	12,5	12,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

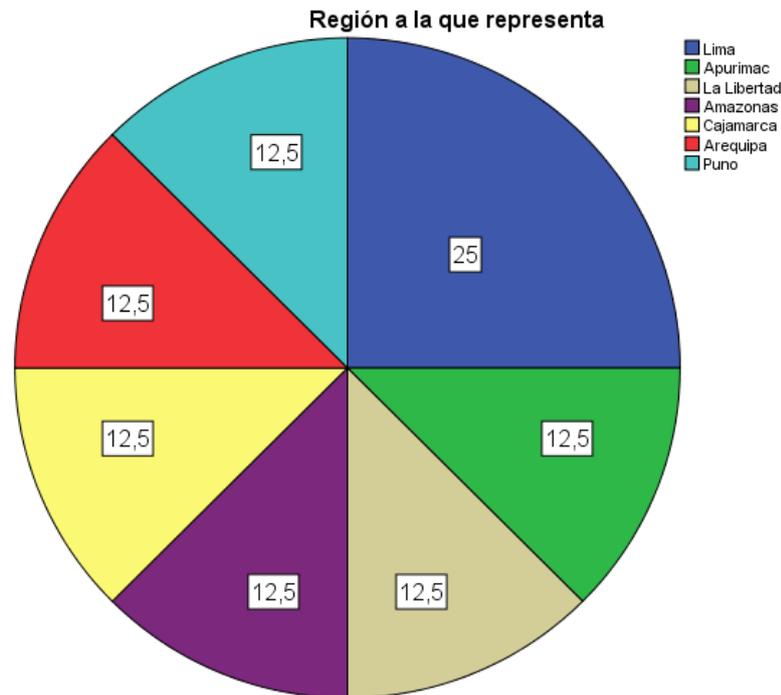


Figura 4: Región a la que representan los congresistas

Fuente: Tabla 7

Interpretación: La Tabla 7 y Figura 4 muestran los resultados de la región a la que pertenecen los congresistas de la muestra de investigación, de lo cual se ha obtenido que el mayor porcentaje representado por el 25.0% de la muestra representa a la región Lima y el resto de forma homogénea con el 12.5% pertenecen a las regiones de Apurímac, La Libertad, Amazonas, Cajamarca, Arequipa y Puno respectivamente.

4.2. EVALUACIÓN DE LAS CAPACIDADES COMUNICACIONALES DE LOS CONGRESISTAS DE LA MUESTRA

Mediante la segunda parte del cuestionario aplicado, se ha pretendido conocer las cualidades comunicacionales con las que cuentan los congresistas de la bancada del Frente Amplio, dichos resultados se exponen a continuación.

Tabla 8:

Capacidades comunicacionales de los congresistas

VARIABLE	N°	INTERROGANTE					
			NUNCA (1)	MUY POCA VECES (2)	ALGUNAS VECES (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)
CAPACIDADES COMUNICACIONALES	1	¿Al momento de emitir un mensaje a sus colegas parlamentarios y la población, define el objetivo?	-	-	1	-	7
	2	¿Se toma el tiempo al momento de responder una conversación o debate?	-	1	-	1	6
	3	¿Cuándo se comunica con otras personas se pone en el lugar del otro?	-	1	-	1	6
	4	¿Cuándo está en un diálogo con otra persona le dice lo que piensa?	-	1	-	-	7
	5	¿Es breve y claro en su exposición con sus colegas parlamentarios?	-	-	-	3	5
	6	¿Cuándo tiene dudas sobre un tema, pregunta para salir de ello?	-	-	-	3	5
	7	¿Confirma que su mensaje haya llegado al público objetivo?	-	-	5	3	-
	8	¿Comunica con frecuencia la labor que viene desempeñando en el parlamento?	-	-	-	3	5
Total marcados (1)			0	3	6	14	41
(1) X Valor asignado (Ver Tabla 8)			0*1	3*2	6*3	14*4	41*5
Puntaje por ítem			0	6	18	56	205
TOTAL PUNTAJE			285				

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020

Tabla 9:

Valoración de alternativas del cuestionario

Alternativa	Valor
Nunca	1
Muy pocas veces	2
Algunas veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Tabla 10:

Niveles y puntajes para la evaluación del puntaje del segundo apartado del cuestionario

Nivel	Puntaje
Capacidad comunicacional destacada	321 - 400
Capacidad comunicacional satisfactoria	241 - 320
Capacidad comunicacional en proceso	161 -240
Capacidad comunicacional mínima	81 - 160
Capacidad comunicacional deficiente	0-80

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: En la Tabla 8 se observa la centralización de las respuestas obtenidas de los congresistas de la bancada del frente amplio quienes se desempeñaron en el Congreso de la República en el periodo complementario 2020 - 2021, dichos resultados son operados para darles la valoración correspondiente en base a la Tabla 9.



Una vez asignada la valoración correspondiente se suman los puntajes de cada ítem y se obtiene el puntaje total, que para el caso de las respuestas que se han obtenido se obtiene un puntaje total de 285.

De acuerdo con la Tabla 10 sobre los niveles y puntajes de las capacidades comunicativas de los congresistas, el puntaje obtenido de 285 se encuentra en el intervalo de “Capacidad comunicacional satisfactoria”.

De este resultado obtenido se establece que los congresistas evaluados en la muestra poseen un nivel de capacidad comunicacional “satisfactorio” en cuanto a su interacción y sus labores parlamentarias

Entonces la capacidad comunicacional se percibe como satisfactoria, lo que implica que han recurrido a la comunicación tanto interpersonal y virtual para evidenciar dicha capacidad, permitiendo un mensaje más claro hacia la población, de la labor legislativa que realizaron los congresistas de mencionada bancada.

4.3. VARIABLE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Mediante el tercer apartado del cuestionario realizado se ha evaluado la comunicación interpersonal que tiene lugar entre los congresistas de la bancada del frente amplio en el periodo complementario 2020-2021. De dichas interrogantes se han obtenido las siguientes respuestas:

Tabla 11:

Comunicación interpersonal en los congresistas

VARIABLE	Nº	INTERROGANTE					
			NUNCA (1)	MUY POCA VECES (2)	ALGUNAS VECES (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)
VARIABLE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	1	¿Cuándo habla y escribe utiliza correctamente sus palabras?	-	-	-	4	4
	2	¿Entona y articula bien las palabras al momento de comunicarse con sus colegas del congreso y la población?	-	-	1	3	4
	3	¿Al momento de redactar un documento, su argumento emplea la cohesión, coherencia y orden para el mejor entendimiento del mensaje?	-	-	3	5	-
	4	¿Cuándo habla, tiene facilidad para pronunciar sus ideas con claridad y fluidez?	-	-	-	2	6
	5	¿Cuándo entabla una conversación con la población, tiene facilidad para pronunciar sus ideas con claridad y fluidez?	-	-	-	3	5
	6	¿Al momento de comunicarse con sus colegas, su mirada se dirige hacia su rostro?	-	-	3	3	2
	7	¿Maneja la postura corporal de acuerdo al discurso o diálogo que realiza?	-	-	3	2	3
	8	¿Los ademanes o gestos de mímica que utiliza complementan al mensaje que desea comunicar o transmitir?	-	-	1	5	2
	9	¿En esta circunstancia de COVID 19, en sus comunicaciones interpersonales cuida los protocolos de bioseguridad por COVID 19?	-	-	-	1	7
	10	¿Utiliza el barbijo o tapa boca en sus comunicaciones interpersonales?	-	-	-	-	8
	11	¿Utiliza protector facial en sus comunicaciones interpersonales?	-	2	3	2	1

12	¿Cumple con el distanciamiento social de metro y medio, dos metros con sus interlocutores?	-	-	-	3	5
13	¿Las personas con las que se reúne o dialoga cumplen con las normas de bioseguridad por COVID 19?	-	-	6	2	-
	Total marcados (1)	0	2	20	35	47
	(1) X Valor asignado (Ver Tabla N° 5)	0*1	2*2	20*3	35*4	47*5
	Puntaje por ítem	0	4	60	140	235
	TOTAL PUNTAJE				439	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020

Tabla 12:

Niveles y puntajes para la evaluación del puntaje del tercer apartado del cuestionario

Nivel	Puntaje
Comunicación interpersonal alta	417 - 520
Comunicación interpersonal frecuente	313 – 416
Comunicación interpersonal en proceso	209 - 312
Comunicación interpersonal mínima	105 - 208
Comunicación interpersonal nula	0 -104

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: En la Tabla 11 se observa la centralización de las respuestas obtenidas de los congresistas de la bancada del frente amplio respecto a la comunicación interpersonal que llevan a cabo en el periodo de emergencia sanitaria que se vivió en el periodo del año 2020 y que aún se vive en la actualidad.



Al igual que los anteriores resultados, estos son operados para darles la valoración correspondiente en base a la Tabla 9.

Continuadamente, una vez asignada la valoración correspondiente se suman los puntajes de cada ítem y se obtiene el puntaje total, que para el caso de las respuestas que se han obtenido se obtiene un puntaje total de 439.

De acuerdo con la Tabla 12 sobre los niveles y puntajes de la variable de comunicación interpersonal, el puntaje obtenido de 439 se encuentra en el intervalo de “Comunicación interpersonal alta”.

De este resultado obtenido se establece que los congresistas de la bancada del Frente Amplio que fueron evaluados en la muestra, cuentan con mayor facilidad para pronunciar sus ideas ante sus colegas parlamentarios y la población, permitiéndoles poseer un nivel de comunicación interpersonal “Alto” en cuanto a su interacción y sus labores parlamentarias.

Mediante el análisis de las interrogantes orientadas a los protocolos COVID-19 se ha obtenido que los congresistas en mayor porcentaje están de acuerdo en que respetan de forma debida dichos protocolos, como el distanciamiento social el cual se dio inicio mediante el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM denominado Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote de la covid-19, así como también se recurre al uso de las mascarillas faciales y en menor grado el uso de los protectores faciales.

Tabla 13:*Cuidado de los protocolos covid-19 en la comunicación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje e acumulad o
Válidos	Casi siempre	1	12,5	12,5	12,5
	Siempre	7	87,5	87,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020

Interpretación: De acuerdo a la encuesta realizada, en la tabla 13 se observa que el 87,5% de los parlamentarios de la bancada del Frente Amplio realiza el cuidado de los protocolos de la covid-19 al momento de comunicarse y el 12,5% casi siempre lo realiza.

Considerando que el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM denominado Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional, establece las medidas de bioseguridad que deben cumplirse por la covid-19.

Tabla 14:*Utilización del barbijo o tapaboca en la comunicación interpersonal*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje e acumulad o
Válidos	Siempre	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: En los resultados de la Tabla 14, en relación a la encuesta realizada se visualiza que 100% de los congresistas de la bancada del Frente Amplio, utiliza el barbijo o tapa boca, cuando realizan actividades de comunicación interpersonal. Según la OMS el uso de mascarillas evita la propagación de la covid-19, teniendo que ser utilizado como una medida preventiva.

Tabla 15:

Utilización de protector facial en la comunicación interpersonal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	2	25,0	25,0	25,0
	Algunas veces	3	37,5	37,5	62,5
	Casi siempre	2	25,0	25,0	87,5
	Siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: Según la tabla 15, el 37,5% de los encuestados algunas veces utiliza el protector facial en sus reuniones, siendo el resultado con mayor porcentaje en la encuesta realizada. Un 25,0% manifiesta que casi siempre lo utiliza, y el 12,5% considera importante el uso del protector facial, teniendo en cuenta que existe una mayor protección ante el contagio de la covid-19. Así mismo

los bancos, instituciones públicas, privadas y centros comerciales, establecieron el uso obligatorio de este accesorio.

Tabla 16:

Distanciamiento social con los interlocutores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	3	37,5	37,5	37,5
	Siempre	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: En la Tabla 16, se obtuvo el siguiente resultado de las encuestas realizadas a los parlamentarios de la bancada del Frente Amplio, el 62,5% cumple con el distanciamiento social de los dos metros establecido por el DS N° 094-2020-PCM y el 37,5% casi siempre mantiene el distanciamiento social.

Según el DS N° 094-2020-PCM, establece que se debe mantener una distancia social de acuerdo al lugar donde se encuentre, tal como señala en el artículo 9; Sobre los bancos y otras entidades financieras, artículo 10; Sobre los mercados, supermercados, establecimientos comerciales minoristas de alimentación y otros centros de venta de alimentos no preparados, y finalmente en el artículo 11 se refiere al desplazamiento opcional fuera del domicilio de niños, niñas y adolescentes menores de 14 años.

Tabla 17:

Cumplimiento de las normas de bioseguridad por parte de las personas con la que se comunica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	6	75,0	75,0	75,0
	Casi siempre	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 17, el 75, 0% de las personas con las que se comunica el parlamentario algunas veces cumple con las normas de bioseguridad por la covid-19 y el 25, 0% casi siempre lo realiza.

Con relación a los resultados se entiende que un buen porcentaje de la población aun no cumple con las nos normas de bioseguridad que emite el estable, pese a que se tiene un decreto legislativo que sanciona estas medidas.

Según el Decreto Legislativo N° 1458 sanciona el incumplimiento de las disposiciones emitidas durante la emergencia sanitaria a nivel nacional y demás normas emitidas para proteger la vida y la salud de la población por el contagio del covid-19.

4.4. VARIABLE COMUNICACIÓN VIRTUAL

Mediante el cuarto apartado del cuestionario aplicado se ha evaluado el grado de utilización de la comunicación virtual por parte de los congresistas de la bancada del frente amplio, de lo cual se ha obtenido los siguientes resultados:

Tabla 18
Comunicación virtual en los congresistas

VARIABLE	N°	INTERROGANTE	NIVEL DE FRECUENCIA				
			NUNCA (1)	MUY POCA VECES (2)	ALGUNAS VECES (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)
VARIABLE COMUNICACIÓN VIRTUAL	1	¿Con que frecuencia utiliza las redes sociales para comunicarse con sus colegas parlamentarios y la población?	-	-	1	1	6
	2	¿Está alerta a la información que le envían a través de las redes sociales?	-	-	2	4	2
	3	¿Publica su labor legislativa en sus redes sociales para que la población tenga conocimiento?	-	-	1	-	7
	4	¿Confía en la información que circula en las redes sociales?	-	4	4	-	-
	5	¿Cree usted que la comunicación a través de las redes sociales mejora las relaciones con sus colegas parlamentarios y la población?	-	2	5	-	1
	6	¿Cuenta usted con un fanpage?	-	-	-	-	8
	7	¿Utiliza el Twitter para comunicarse?	-	-	-	4	4
	8	¿Utiliza el correo electrónico en sus actividades como congresista de la República?	-	-	-	3	5
	9	¿Para la formalidad documentaria utiliza el correo electrónico?	-	-	-	3	5



10	¿Antes de que usted sea congresista de la República utilizaba con frecuencia el correo electrónico?	-	3	2	3	-
11	¿En su labor parlamentaria con qué frecuencia utiliza su blog para comunicar sus actividades?	1	5	-	1	1
12	¿Dentro de su bancada se organizan foros y juntas de discusión virtual para expresar sus opiniones e ideas?	-	4	3	1	-
13	¿Se interesa usted por conocer los programas de video conferencia como Skype, Zoom, Meeting y otros?	-	1	4	2	1
14	¿Tiene dificultades para utilizar los programas de video conferencia?	-	5	2	1	-
15	¿Son capacitados con frecuencia, para manejar los diversos programas de video conferencia?	3	2	1	2	-
16	¿Cree usted que las herramientas de video conferencia son esenciales para tener una mejor comunicación con sus colegas parlamentarios y la población?	-	-	2	1	5
17	¿Utiliza el WhatsApp para comunicarse?	-	-	-	-	8
18	¿Utiliza el Messenger para comunicarse?	-	-	1	3	4
	Total marcados (1)	4	26	28	29	57
	(1) X Valor asignado (Ver Tabla N° 5)	4*1	26*2	28*3	29*4	57*5
	Puntaje por ítem	4	52	84	116	285
	TOTAL PUNTAJE				541	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Tabla 19:

Niveles y puntajes para la evaluación del puntaje del cuarto apartado del cuestionario

Nivel	Puntaje
Comunicación virtual alta	577 - 720
Comunicación virtual frecuente	433 – 576
Comunicación virtual en proceso	289 - 432
Comunicación virtual mínima	145 – 288
Comunicación virtual nula	0 -144

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: En la Tabla 18 se observa la centralización de las respuestas obtenidas de los congresistas de la bancada del frente amplio respecto a la comunicación virtual en tiempos de COVID-19 que llevan a cabo. Al igual que los anteriores resultados, estos son analizados y operados para darles la valoración correspondiente en base a la Tabla 8.

Habiéndose asignado la valoración correspondiente, se suman los puntajes de cada ítem y se obtiene el puntaje total, que para el caso de las respuestas que se han obtenido en base a esta variable, se obtiene un puntaje total de 541.

De acuerdo con la Tabla 19 sobre los niveles y puntajes de la variable de comunicación virtual, el puntaje obtenido de 541 se encuentra en el intervalo de “Comunicación virtual frecuente”.

De este resultado obtenido se establece que los congresistas de la bancada del Frente Amplio que han sido sometidos a evaluación, hacen uso “frecuente” de

los medios virtuales de comunicación durante el periodo de emergencia sanitaria y en función de las labores que les son inherentes por ser parlamentarios, destacando como medios más importantes el uso del fanpage (publicación de sus actividades como parlamentario) y WhatsApp (grupos internos como; bancada del Frente Amplio, comisiones, junta de portavoces y otros).

Así mismo mediante este apartado de la encuesta se ha podido determinar que los congresistas de dicha bancada hacen uso continuo de las redes sociales, correos electrónicos y herramientas virtuales tanto sincrónicas como asincrónicas.

Tabla 20:

Frecuencia de la utilización de redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	e válido	e acumulado
Válidos	Algunas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Casi siempre	1	12,5	12,5	25,0
	Siempre	6	75,0	75,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: En la Tabla 20, se observa que el 75, 0% de los congresistas de la bancada del Frente Amplio afirma que utiliza siempre las redes sociales para comunicarse con sus colegas parlamentarios y la población, el 12, 5% casi siempre lo utiliza y por último el 12, 5% de los parlamentarios algunas

veces frecuenta las redes sociales para interactuar mensajes con sus colegas y la población.

Según Rodríguez (2020) la comunicación virtual es una herramienta muy útil desde un punto de vista empresarial, ya que permiten a las organizaciones mejorar su dinámica de trabajo interno, las relaciones con sus clientes o incrementar su eficiencia procedimental. En cuanto a su función social, las comunidades virtuales se han convertido en un lugar en el que el individuo puede desarrollarse y relacionarse con los demás, actuando, así como un instrumento de socialización y de esparcimiento.

Tabla 21:

Publicación de la labor legislativa por redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	1	12,5	12,5	12,5
	Siempre	7	87,5	87,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: En la Tabla 21, según la pregunta planteada en la encuesta ¿publica su labor legislativa en sus redes sociales para que la población tenga conocimiento? Un 87,5% manifiesta que siempre lo realiza y 12,5% refiere que algunas veces; considerando que los parlamentarios se encargan de legislar, representar a la Nación y ejercer el control político del Estado (Congreso de la

República, 1998). Así mismo los congresistas cuentan al mes con una semana de representación en su región, actividades que deben ser informadas y subidas al portal del Congreso de la República. Debemos interpretar entonces que el 87,5% comunica su labor a través de las redes sociales.

Tabla 22:

Mejora de la comunicación con colegas por medio de redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	e válido	e acumulado
	Muy pocas veces	2	25,0	25,0	25,0
Válidos	Algunas veces	5	62,5	62,5	87,5
	Siempre	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 22, el 62,5% de los congresistas de la bancada del Frente Amplio considera que algunas veces la comunicación a través de las redes sociales mejora las relaciones con sus colegas parlamentarios y la población, el 25,0% refiere que muy pocas veces se da esta situación, en cambio el 12,5% establece que la comunicación las redes si mejoran las relaciones.

Este resultado nos muestra que el mayor número de congresistas de la bancada del Frente Amplio cree que no necesariamente la comunicación a través

de las redes sociales mejorara las relaciones, entendiendo que la población tuvo que adecuarse de un modo inmediato y diferente de comunicación.

Tabla 23:

Utilización de Fanpage

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: Según la Tabla 23, el 100% de los congresistas de la bancada del Frente Amplio cuenta con fanpage.

Según Mansilla (2020), refiere que el fanpage es una página donde se pueden crear de manera gratuita contenidos, con el objetivo de compartir información de acuerdo al público objetivo.

Podemos determinar que el fanpage se ha convertido en un medio importantísimo para los parlamentarios, ya que a través de ello informan a la población sobre las diversas actividades que vienen realizando en el congreso de la República.

Tabla 24:*Utilización del Twitter para la comunicación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	4	50,0	50,0	50,0
	Siempre	4	50,0	50,0	50,0
	Total	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.

Interpretación: Según la Tabla 24, el 50% de los encuestados utiliza el Twitter para comunicar, en cambio el otro 50% no lo utiliza con frecuencia.

El Twitter Está basada en el formato microblogging a través de mensajes cortos de 150 caracteres máximo. Es una red social muy utilizada para mantenerse informado o aprender acerca de ciertos temas.

Entonces la mitad de los congresistas de la bancada del Frente Amplio comunica con frecuencia sus opiniones y actividades a través de esta red social.

Tabla 25:*Utilización de correo electrónico para la formalidad documentaria*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	3	37,5	37,5	37,5
	Siempre	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2020.



Interpretación: En la Tabla 25, se puede observar que el 62,5% utiliza el correo electrónico en sus actividades como congresista de la República, y el 37,5% casi siempre.

Podemos determinar que la mayoría de los parlamentarios de la bancada del Frente Amplio utiliza el correo electrónico para sus actividades. Considerando que los tramites documentarios formales se realizan a través de este medio; así mismo el congreso entrega a cada legislador un correo institucional, teniendo que ser utilizado en todo su periodo legislativo.

4.5. DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos se ha podido conocer cómo se desarrolla la comunicación en tiempos de COVID-19 en la bancada del Frente Amplio del Congreso de la República durante el periodo complementario 2020 – 2021, donde los congresistas poseen un nivel de capacidad comunicacional “satisfactorio” en cuanto a su interacción y sus labores parlamentarias, teniendo como medio para este resultado la comunicación interpersonal y virtual, que permite que cumplir con sus funciones. Asimismo, se ha determinado mediante el tercer apartado del instrumento y su análisis respectivo, que la comunicación interpersonal entre dicha bancada es necesaria y tiene niveles altos por las obligaciones que les son inherentes en su labor de congresistas, donde se puede determinar que se encuentran de acuerdo que se respete los protocolos, distanciamiento social y el uso debido de las mascarillas faciales.

Por otro lado, se ha podido establecer que la comunicación virtual es altamente utilizada por la bancada evaluada, más aún en este periodo de crisis sanitaria, donde las aglomeraciones y reuniones no estaban permitidos a un cien



por ciento, por ello las redes sociales, correo electrónico y herramientas virtuales les permitió cumplir con sus labores legislativas.

En base a estos hallazgos se está de acuerdo con lo afirmado por el siguiente investigador, que refiere que la comunicación organizacional, permite intensificar los objetivos y proyectos trazados, Sin embargo, nuestra investigación nos muestra como resultado una comunicación satisfactoria, de los parlamentarios.

Inofuente Mamani & Aguilar Soncco (2021) quienes en su investigación denominada “Comunicación organizacional en tiempos de pandemia en la gestión del Proyecto Granos Andinos Orgánicos de la Dirección Regional Agraria, Puno – 2020” afirman mediante sus conclusiones que sí existe una correlación significativa positiva moderada, entre la variable comunicación organizacional con la gestión del Proyecto Granos Andinos Orgánicos de la Dirección Regional Agraria, Puno en el periodo 2020, esto en base a sus resultados que muestran que el 44,9%, precisaron que, la comunicación organizacional se ubica en el nivel “moderado” pues, algunos si son capaces de emprender una comunicación que permita intensificar los objetivos y proyectos trazados por la entidad, de la misma forma el 44,9% respondieron que la gestión de proyecto es alta en la institución.

De acuerdo al siguiente investigador nos muestra que se debe implementar con inmediatez un proceso de comunicación, apoyados por el uso de herramientas digitales, pero de acuerdo a nuestra investigación los congresistas de la bancada del Frente Amplio tuvieron que adaptarse de forma inmediata a este cambio digital, sin tener previsto un plan, pero supieron sobrellevar ello, convirtiendo a



la comunicación virtual como eje fundamental para el desempeño de su labor legislativa.

Lavandera Liria & Larrea Thomas (2020) quienes mediante el desarrollo de su investigación denominada “Plan de comunicación interna del "Banco Corporativo Americano (BCA)" en el marco del COVID-19” han concluido que es importante priorizar la inmediatez en el proceso de comunicación, apoyados como empresa en el uso de herramientas digitales, de igual forma consolidar procesos de prevención ante crisis de largo alcance que abarque una visión integradora en los líderes de equipo de las diferentes áreas del banco, así como también consolidar una estrategia a largo alcance para el fortalecimiento de los líderes estratégicos identificados durante esta etapa. A futuro, se trabajará en su desempeño en el ámbito interno, creando conexiones con los trabajadores del BCA de forma transversal y en el externo, posicionándolos como referentes en su área de especialidad y finalmente en cuanto al contexto de la pandemia por covid-19, establecer la salud y bienestar, tanto físico como mental, como uno de los principales enfoques del BCA en los beneficios que ofrece a sus trabajadores.

Asimismo, para Amao López & Huillca Berrocal (2021) según los resultados alcanzados en su trabajo de investigación denominado “Análisis de las Estrategias de Comunicación Digital de las Pymes del rubro de la moda femenina de Lima Metropolitana en tiempos de Covid-19” concluyen y afirman mediante su investigación que una estrategia de comunicación bien planteada por parte de las marcas analizadas (pymes de ropa femenina), sí puede llegar a construir branding, pues dentro de nuestro análisis general pudimos observar el comportamiento del consumidor frente a las estrategias digitales que estas marcas



aplicaron durante pandemia en sus redes sociales, para comprobar esto utilizamos indicadores como la interacción, comentarios positivos y negativos, tipo de comentarios realizados y tipo de publicaciones. Podemos decir entonces que el contenido analizado durante la pandemia en comparación al año anterior, en cada marca obtuvo diferentes resultados. Las marcas que mostraron más preocupación por temas coyunturales como la pandemia, o mostrando contenido no solo de producto, sino también de frases motivacionales, insights, testimoniales, coyunturales y de temas sociales obtuvieron más comentarios positivos en la marca, generando así una mejor percepción de parte del consumidor respecto a la marca.

Finalmente se está de acuerdo con lo manifestado por Montalva Miñan (2020), porque de acuerdo a nuestra investigación se dio a conocer que los parlamentarios de la bancada del Frente Amplio llegaron a consolidar sus redes sociales, correo electrónico y herramientas virtuales, convirtiéndose en algo indispensable. Montalvo Miñan en su artículo de investigación para la Revista Cultura denominada “Los desafíos de la comunicación virtual en tiempos de pandemia” señala en su parte culminante a manera de conclusión que es importante reflexionar en estos tiempos de pandemia acerca de la comunicación virtual y las grandes oportunidades que ofrece en términos de eficiencia y progreso, pero también, en los complejos desafíos que acarrea. Es necesario ampliar los estudios sobre comunicación virtual, interacción virtual y cultura virtual con relación a los medios de comunicación digital.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA. – La comunicación en tiempos de covid-19 por parte de los congresistas de la república de la bancada del Frente Amplio ha sido de participación activa entre parlamentarios y de estos con la población, recurriendo a la comunicación interpersonal y virtual para el cumplimiento de sus labores legislativas; asimismo, se ha tomado en cuenta las medidas de bioseguridad orientadas por el Estado peruano. En cuanto a las capacidades comunicativas de acuerdo con los resultados están en el intervalo “capacidad comunicacional satisfactoria”.

SEGUNDA. – La comunicación interpersonal de los congresistas de la bancada del Frente Amplio del Congreso de la República en el periodo complementario 2020-2021, en tiempos de covid-19, fueron presenciales, de reuniones físicas, sobre todo para las semanas de representación y ocasionales para sesiones congresales, cumpliendo los protocolos de bioseguridad como uso de las mascarillas faciales prioritariamente y en menor grado el uso de los protectores faciales, cumplieron con el distanciamiento social de metro y medio, dos metros, y menor número de personas al momento de reunirse. Asimismo, se establece que el intervalo de su comunicación interpersonal es alto; además, al recurrir a la comunicación interpersonal la postura, mirada, movimientos de mano refuerzan sus comunicaciones en el cumplimiento de sus funciones congresales.

TERCERA. – La comunicación virtual de los congresistas de la bancada del Frente Amplio del Congreso de la República en el periodo complementario 2020-2021, en tiempos de covid-19, fue dinámica y altamente utilizada por los parlamentarios, quienes tuvieron que adaptarse de forma inmediata a este



cambio digital, convirtiéndose la comunicación virtual en el eje fundamental para el desempeño de su labor legislativa. Los parlamentarios llegaron a consolidar sus redes sociales, sobre todo WhatsApp (creándose grupos de comunicación como: bancada Frente Amplio, comisiones, voceros congreso y despacho congresal), Facebook y Twitter para publicar su labor legislativa; el correo electrónico fue el medio asincrónico y oficial para la tramitación de la documentación del congreso. Las plataformas Skype, Zoom y Meeting se utilizaron para las sesiones congresales y reuniones de las comisiones legislativas.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA. – Al Congreso de la Republica se le recomienda fortalecer espacios de comunicación interpersonal y virtual que sean asertivas para el cumplimiento efectivo de la función legislativa.

SEGUNDA. – Para la comunicación interpersonal se sugiere capacitación de habilidades comunicativas donde la comunicación interpersonal sea efectiva tomando en cuenta la comunicación verbal y no verbal (disposición corporal, mirada, entre otros), así como habilidades blandas, en el marco de las normas de bioseguridad por covid-19.

TERCERA.- Para la comunicación virtual se recomienda consolidar escenarios digitales con el manejo de herramientas tecnológicas por los congresistas que sean planificados y sostenidos en el tiempo, como un recurso de comunicación para su labor congresal que responda no solo al contexto de la pandemia por covid-19, sino a épocas de emergencias de toda índole.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amao, L., & Huillca, B. (2021). *Análisis de las Estrategias de Comunicación Digital de las Pymes del rubro de la moda femenina de Lima Metropolitana en tiempos de Covid-19* [Universidad Tecnológica del Perú].
<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4300>
- Assardo, L. (2020). *Qué es comunicación digital y porque es importante en las empresas*. Portal ILB. <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>
- Avila de Tomás, J. (2020). *¿Qué es una Pandemia? Definición y fases*. Coronapedia.Com. <https://www.coronapedia.org/base-conocimiento/que-es-una-pandemia-definicion-y-fases/>
- Baena, P. (2017). *Metodología de la Investigación* (3rd ed.). Grupo Editorial Patria.
- Bartolomé, A. (2008). *E-Learning 2.0 - Posibilidades de la Web 2.0 en la Educación Superior*. Curso E-Learning 2.0. <http://www.lmi.ub.es/cursos/web20/2008upv/>
- Bustamante, C. (2021). *Comunicación interna y la identidad corporativa en la Municipalidad Provincial de Espinar, 2020* [Universidad Nacional del Altiplano].
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/16558/Bustamante_Cuti_Yorka_Nuri.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cárdenas, G. (2015). *La comunicación digital mediante redes sociales de organizaciones públicas* [Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/4483/Cardenas_gc.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carrasco, D. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Editorial San Marcos.
- Castro, R. (2020). Coronavirus, una historia en desarrollo. *Revista Médica de Chile*, 148, 143–144. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rmc/v148n2/0717-6163-rmc-148-02->



0143.pdf

- Congreso de la República. (1998). *Reglamento del Congreso de la República*. Diario Oficial El Peruano. <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0069/reglamento-congreso-de-la-republica.pdf>
- Congreso de la República. (2005). *Conociendo el Congreso y sus funciones*. Separatas Educativas. https://www.congreso.gob.pe/Docs/participacion/parlamento-escolar/files/separata_uso_video.pdf
- Congreso de la República. (2020). *Funciones del Congreso de la República*. Funciones. <https://www.congreso.gob.pe/funciones/>
- Delgado, P. (2020). La COVID-19 en el Perú: una pequeña tecnocracia enfrentándose a las consecuencias de la desigualdad. *Análisis Carolina*, 26. https://doi.org/https://doi.org/10.33960/AC_26.2020
- Díaz, C., & Toro M. (2020). SARS-CoV-2/COVID-19: el virus, la enfermedad y la pandemia. *BV Salud*, 24. <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2020/05/1096519/covid-19.pdf>
- Ellison, B., & Boyd, D. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Escolari, C. (2013). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.
- Frente Amplio Perú. (2018). *El Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad*. Portal Web. <https://frenteamplioperu.pe/>
- Garrido, F., Goldhaber, G., & Putnam, L. (2020). *Fundamentos de Comunicación Organizacional*. Organizational Communication Global Network.
- Gonzalo, M. (2021). *La pandemia que nos volcó a las redes*. Newtral - Pandemia y Redes



- Sociales, Digitalización COVID-19. <https://www.newtral.es/pandemia-redes-sociales-digitalizacion-covid-19/20210317/>
- Hernández, S., Fernández Collado, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta). McGraw - Hill.
- Howard, J. (2020). ¿Qué es una pandemia? *CNN En Español*.
<https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/11/que-es-una-pandemia/>
- Inofuente, M., & Aguilar Soncco, D. (2021). *Comunicación organizacional en tiempos de pandemia en la gestión del Proyecto Granos Andinos Orgánicos de la Dirección Regional Agraria, Puno - 2020* [Universidad Nacional del Altiplano].
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/16524/Inofuente_Jainer_Aguilar_Dina.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lavandera, L., & Larrea Thomas, A. (2020). *Plan de comunicación interna del “Banco Corporativo Americano (BCA)” en el marco del COVID-19* [Universidad de Lima].
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11784/Lavandera_Liria_Larrea_Thomas.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, R., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Deposito digital de documentos - Universidad Autónoma de Barcelona.
<https://ddd.uab.cat/record/129382?ln=ca>
- Maguiña, C., Gastelo, R., & Tequen, A. (2020). El nuevo Coronavirus y la pandemia del Covid-19. *Scielo - Scientific Electronic Library Online*, 31, 125–131.
<https://doi.org/https://doi.org/10.20453/rmh.v31i2.3776>
- Marino, M., Villar, M., & Rodríguez, J. (2020). Comunicación y COVID-19: La pandemia a través de Twitter en Latinoamérica. Un vistazo general en 4 países. *AVATARES de La Comunicación y La Cultura*, 20, 12–25.



- <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/5441>
- Mojica, R., & Morales, M. (2020). Pandemia COVID-19, la nueva emergencia sanitaria de preocupación internacional: una revisión. *Medicina de Familia. SEMERGEN*, 46, 65–77. <https://doi.org/DOI: 10.1016/j.semerg.2020.05.010>
- Montalva, M. (2020). Los desafíos de la comunicación virtual en tiempos de pandemia. *Cultura*, 34(34), 69–76. <https://doi.org/10.24265/cultura.2020.v34.05>
- Organización Mundial de la Salud. (2021). Coronavirus. *Temas de Salud*. https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- Orozco, A. (2020). *Estrategias de comunicación del Gobierno del Perú durante el estado de emergencia por la COVID-19. Estudio de Caso: Mensaje a la Nación del presidente Martín Vizcarra emitido por el medio estatal TV Perú en el periodo marzo - abril de 2020* [Universidad San Ignacio de Loyola]. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/11146/1/2020_Orozco Ayala.pdf
- Peiró, R. (2017). *Redes sociales*. Economipedia - Haciendo Fácil La Economía. <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>
- Peiró, R. (2021a). *Comunicación*. Economipedia - Haciendo Fácil La Economía. <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>
- Peiró, R. (2021b). *Funciones de la comunicación*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/funciones-de-la-comunicacion.html>
- Pérez, P., & Gardey, A. (2021). *Definición de comunicación*. Portal de Definiciones. <https://definicion.de/comunicacion/>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2021). *COVID-19: la pandemia - La humanidad necesita liderazgo y solidaridad para vencer a COVID-19*. PNUD Perú. <https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/coronavirus.html>
- Quispe, H. (2020). *Comunicación interna y desempeño laboral de los trabajadores*



- administrativos de la Municipalidad Distrital de San Miguel 2019* [Universidad Nacional del Altiplano].
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/14226/Quispe_Hancco_Mary_Marithza.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Rodríguez, B. (2020). *¿Qué es Comunicación Virtual?* Calaméo.
<https://es.calameo.com/books/001862581f8d127085c7a>
- RPP Noticias. (2016). *¿Qué es una bancada y cuántos congresistas la pueden formar?* Política. <https://rpp.pe/politica/congreso/asi-de-claro-que-es-una-bancada-y-cuantos-congresistas-la-pueden-formar-noticia-979256>
- Ruiz, A. (2018). *El concepto de comunicación digital en la actualidad*. Es Design - Escuela Superior de Diseño de Barcelona.
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-publicitario/el-concepto-de-comunicacion-digital-en-la-actualidad>
- Soto, A. (2018). *Muestreo y tamaño de muestra para una tesis*. Tesis Ciencia.
<https://tesisciencia.com/2018/08/29/muestreo-muestra-tesis/>
- Torres, P., Medina, A., Lugones, M., & Badía, A. (2020). Aproximación a la comunicación social en tiempos de COVID-19. *Scielo - Scientific Electronic Library Online*, 9(24).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702020000300149
- Valderrama, S. (2015). *Estadístico Alfa de Cronbach*. Ediciones Texas.
- Vega, C. (2021, July 23). Congreso de la República: qué es y cuáles son sus funciones. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/peru/congreso-de-la-republica-que-es-y-cuales-son-sus-funciones-congreso-de-la-republica-poder-legislativo-parlamento-peru-nnda-nnlt-noticia/?ref=gesr>



Vera, C. (2020). Manejo y tratamiento actual del Covid-19 Resumen de Conferencia.

Scielo - Scientific Electronic Library Online, 61.

<http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1652->

[67762020000200010&script=sci_arttext&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1652-67762020000200010&script=sci_arttext&tlng=es)

Zayas, A. (2011). *La Comunicación Interpersonal*. Editorial Académica Española.

http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf



ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

TÍTULO: LA COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE COVID-19 EN EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE LA BANCADA DEL FRENTE AMPLIO - 2020				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cómo es la comunicación en tiempos de COVID-19 de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio?	Conocer cómo es la comunicación en tiempos de COVID-19 de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio	La comunicación en tiempos de COVID-19 por parte de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio está orientada en comunicación interpersonal y virtual para el cumplimiento de sus funciones	Variables dependientes: Comunicación interpersonal Comunicación virtual	Enfoque: Cuantitativo Método: Descriptivo Tipo de investigación: No experimental de corte transversal
Problema Específico ¿Cómo es la comunicación interpersonal en tiempos de COVID-19 de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio?	Objetivo Específico Determinar cómo es la comunicación interpersonal en tiempos de COVID-19 de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio	Hipótesis Específicas La comunicación interpersonal en tiempos de COVID-19 por parte de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio es necesaria y guiada por protocolos como el distanciamiento social.	Variables independientes: Pandemia COVID-19	Nivel: Básico
¿Cómo es la comunicación virtual en tiempos de COVID-19 de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio?	Precisar cómo es la comunicación virtual en tiempos de COVID-19 de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio	La comunicación virtual en tiempos de COVID-19 por parte de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio es altamente utilizada, se recurre a las redes sociales, correo electrónico, a la comunicación sincrónica y asincrónica.		



ANEXO 2: CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO

FACULTAD: Ciencias Sociales.

ESCUELA PROFESIONAL: Ciencias de la Comunicación

CUESTIONARIO

Buenos días/tardes/ noches, la presente investigación se realiza con el objetivo de describir cómo es la comunicación en tiempos de COVID-19 de los congresistas de la república de la Bancada del Frente Amplio, por ello quisiéramos conocer su opinión al respecto. Por ello le agradecemos nos conceda unos minutos para contestar el presente cuestionario. Gracias.

I.- CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

a) Edad:

1	20 - 25	2	25 - 30	3	30 - 35	4	35 - 40
5	40 - 45	6	45 - 50	7	50 - 55	8	55 - 60
9	60 - 65	10	65 - 70	11	70 - 75	12	75 - 80

b) Sexo:

1	MASCULINO	M
2	FEMENINO	F

c) Grado de Instrucción:

1	PRIMARIA	2	SECUNDARIA	3	SUPERIOR (PROFESIONAL)	4	SIN GRADO DE INSTRUCCIÓN
---	----------	---	------------	---	---------------------------	---	--------------------------------

d) Región a la que representa:

1	LIMA	2	APURIMAC	3	LA LIBERTAD	4	AMAZONAS
5	CAJAMARCA	6	AREQUIPA	7	PUNO	8	TACNA



INDICACIONES:

Lea cada ítem y marque con una “X” en la casilla que considere conveniente, donde la escala tiene la siguiente valoración:

NUNCA	MUY POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

II.- LA COMUNICACIÓN DE LOS CONGRESISTAS DE LA REPÚBLICA DE LA BANCADA DEL FRENTE AMPLIO

	<i>ITEMS</i>	1	2	3	4	5
1	¿Al momento de emitir un mensaje a sus colegas parlamentarios y la población, define el objetivo?					
2	¿Se toma el tiempo al momento de responder una conversación o debate?					
3	¿Cuándo se comunica con otras personas se pone en el lugar del otro?					
4	¿Cuándo está en un diálogo con otra persona le dice lo que piensa?					
5	¿Es breve y claro en su exposición con sus colegas parlamentarios?					
6	¿Cuándo tiene dudas sobre un tema, pregunta para salir de ello?					
7	¿Confirma que su mensaje haya llegado al público objetivo?					
8	¿Comunica con frecuencia la labor que viene desempeñando en el parlamento?					

III.- LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL DE LOS CONGRESISTAS DE LA REPÚBLICA DE LA BANCADA DEL FRENTE AMPLIO

	<i>ITEMS</i>	1	2	3	4	5
1	¿Cuándo habla y escribe utiliza correctamente sus palabras?					
2	¿Entona y articula bien las palabras al momento de comunicarse con sus colegas del congreso y la población?					
3	¿Al momento de redactar un documento, su argumento emplea la cohesión, coherencia y orden para el mejor entendimiento del mensaje?					
4	¿Cuándo habla, tiene facilidad para pronunciar sus ideas con claridad y fluidez?					
5	¿Cuándo entabla una conversación con la población, tiene facilidad para pronunciar sus ideas con claridad y fluidez?					



6	¿Al momento de comunicarse con sus colegas, su mirada se dirige hacia su rostro?					
7	¿Maneja la postura corporal de acuerdo al discurso o diálogo que realiza?					
8	¿Los ademanes o gestos de mímica que utiliza complementan al mensaje que desea comunicar o transmitir?					
10	¿En esta circunstancia de COVID 19, en sus comunicaciones interpersonales cuida los protocolos de bioseguridad por COVID 19?					
11	¿Utiliza el barbijo o tapa boca en sus comunicaciones interpersonales?					
12	¿Utiliza protector facial en sus comunicaciones interpersonales?					
13	¿Cumple con el distanciamiento social de metro y medio, dos metros con sus interlocutores?					
14	¿Las personas con las que se reúne o dialoga cumplen con las normas de bioseguridad por COVID 19?					

IV.- LA COMUNICACIÓN VIRTUAL DE LOS CONGRESISTAS DE LA REPÚBLICA DE LA BANCADA DEL FRENTE AMPLIO

<i>ITEMS</i>		1	2	3	4	5
1	¿Con que frecuencia utiliza las redes sociales para comunicarse con sus colegas parlamentarios y la población?					
2	¿Está alerta a la información que le envían a través de las redes sociales?					
3	¿Publica su labor legislativa en sus redes sociales para que la población tenga conocimiento?					
4	¿Confía en la información que circula en las redes sociales?					
5	¿Cree usted que la comunicación a través de las redes sociales mejora las relaciones con sus colegas parlamentarios y la población?					
6	¿Cuenta usted con un fanpage?					
7	¿Utiliza el Twitter para comunicarse?					
8	¿Utiliza el correo electrónico en sus actividades como congresista de la República?					
9	¿Para la formalidad documentaria utiliza el correo electrónico?					
10	¿Antes de que usted sea congresista de la República utilizaba con frecuencia el correo electrónico?					
11	¿En su labor parlamentaria con qué frecuencia utiliza su blog para comunicar sus actividades?					
12	¿Dentro de su bancada se organizan foros y juntas de discusión virtual para expresar sus opiniones e ideas?					



13	¿Se interesa usted por conocer los programas de video conferencia como Skype, Zoom, Meeting y otros?				
14	¿Tiene dificultades para utilizar los programas de video conferencia				
16	¿Son capacitados con frecuencia, para manejar los diversos programas de video conferencia?				
17	¿Cree usted que las herramientas de video conferencia son esenciales para tener una mejor comunicación consus colegas parlamentarios y la población?				
18	¿Utiliza el WhatsApp para comunicarse?				
19	¿Utiliza el Messenger para comunicarse?				

Gracias por su colaboración